



**Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών
Σπουδών (Δ.Π.Μ.Σ.) στη Διοίκηση
Επιχειρήσεων**

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η τεχνητή νοημοσύνη στο Μάνατζμεντ των επιχειρήσεων»

του

ΤΣΙΟΥΤΣΙΟΥΛΗ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ

(Mbx22006)

**Καφετζόπουλος Δημήτριος (επιβλέπων)
Επίκουρος Καθηγητής Μάνατζμεντ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2024



Ευχαριστίες

Ευχαριστώ θερμά τους γονείς μου, τους φίλους μου και τους συμφοιτητές μου για την ειλικρινή αγάπη και βοήθεια τους όλο το χρονικό διάστημα της φοίτησης μου στο μεταπτυχιακό MBA στην διοίκηση επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Επίσης, ευχαριστώ θερμά τους καθηγητές του μεταπτυχιακού προγράμματος στην διοίκηση επιχειρήσεων για την αμέριστη στήριξη και γνώση που μου μετέδωσαν σε ένα ευρύ φάσμα επιστημονικού αντικειμένου και με κατέστησαν μέτοχο και ικανό να ανταπεξέλθω σε κάθε ιδιωτική και δημόσια διοίκηση, επιχείρηση και οργανισμό.. Ειδικότερα, ευχαριστώ θερμά τον επιβλέποντα μου Κ.Καφετζόπουλο Δημήτριο που υπήρξε αρωγός και συμπαραστάτης μου σε όλη την διάρκεια της συγγραφής της διπλωματικής μου. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον Κ Σουμπενιώτη που σαν κοσμήτορας της σχολής ήταν πάντοτε πολύτιμος συμπαραστάτης σε όλη την διάρκεια των σπουδών μου. Η επιλογή του μεταπτυχιακού αυτού ήταν ένα όνειρο ζωής που πραγματοποιήθηκε εντέλει, καθιστώντας με ικανό πλέον να αντιμετωπίσω την επαγγελματική μου ανέλιξη με περισσότερη γνώση και ικανότητα ,σας ευχαριστώ εγκάρδια όλους.

Περίληψη

Η ταχεία πρόοδος της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) έχει επιφέρει μεταμορφωτικές αλλαγές σε διάφορους τομείς και ο τομέας της διαχείρισης δεν αποτελεί εξαίρεση. Αυτή η διατριβή εμβαθύνει στις βαθιές επιπτώσεις της τεχνητής νοημοσύνης στον τομέα της διαχείρισης, χρησιμοποιώντας μια ποσοτική ερευνητική προσέγγιση. Η μελέτη διερευνά την υιοθέτηση και τον αντίκτυπο των τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης στις σύγχρονες πρακτικές διαχείρισης. Μέσω της διαχείρισης ερωτηματολογίων και της επακόλουθης ανάλυσης χρησιμοποιώντας το Στατιστικό Πακέτο για τις Κοινωνικές Επιστήμες (SPSS), αυτή η έρευνα στοχεύει να αποσαφηνίσει την περίπλοκη σχέση μεταξύ τεχνητής νοημοσύνης και διαχείρισης. Τα ερωτηματολόγια σχεδιάστηκαν για να καταγράφουν τις προοπτικές και τις εμπειρίες των διευθυντών και των εργαζομένων από ένα ευρύ φάσμα βιομηχανιών. Τα ευρήματα αυτής της μελέτης ρίχνουν φως στην τρέχουσα κατάσταση της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης, τα οφέλη που αποκομίζουν οι οργανισμοί και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν κατά την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στις διαδικασίες διαχείρισης. Επιπλέον, η έρευνα διερευνά τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης στην ενίσχυση της λήψης αποφάσεων, τη βελτιστοποίηση της λειτουργικής αποτελεσματικότητας και την προώθηση της καινοτομίας σε διοικητικά πλαίσια. Το τμήμα συζήτησης εμβαθύνει σε μια λεπτή ανάλυση των ποσοτικών δεδομένων, κάνοντας συγκρίσεις με την υπάρχουσα βιβλιογραφία στο πεδίο. Οι επιπτώσεις αυτών των ευρημάτων για τις διαχειριστικές πρακτικές εξετάζονται διεξοδικά, παρέχοντας πολύτιμες γνώσεις για οργανισμούς που επιδιώκουν να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης. Αν και αναγνωρίζει τους περιορισμούς της μελέτης, αυτή η έρευνα παρουσιάζει μια ολοκληρωμένη εξέταση του ρόλου της τεχνητής νοημοσύνης στη σύγχρονη διαχείριση, προσφέροντας πρακτικές συστάσεις τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής.

Abstract

The rapid advancement of Artificial Intelligence (AI) has brought forth transformative changes in various sectors, and the field of management is no exception. This thesis delves into the profound implications of AI in the realm of management, employing a quantitative research approach. The study investigates the adoption and impact of AI technologies in contemporary management practices through the administration of questionnaires and subsequent analysis utilizing the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), this research aims to elucidate the intricate relationship between AI and management. The questionnaires were designed to capture the perspectives and experiences of managers and employees from a diverse range of industries. The findings of this study shed light on the current state of AI adoption, the benefits realized by organizations, and the challenges they face in integrating AI into management processes. Moreover, the research explores the potential of AI in enhancing decision-making, optimizing operational efficiency, and fostering innovation within managerial contexts. The discussion section delves into a nuanced analysis of the quantitative data, drawing comparisons with existing literature in the field. The implications of these findings for managerial practices are thoroughly examined, providing valuable insights for organizations seeking to harness the potential of AI. While acknowledging the limitations of the study, this research presents a comprehensive examination of AI's role in modern management, offering practical recommendations for businesses and policymakers alike.

Περιεχόμενα

Ευχαριστίες.....	1
Περίληψη.....	2
Abstract.....	3
Πίνακες.....	6
Εικόνες - Γραφήματα.....	7
Συνοτομογραφίες.....	9
Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή.....	10
1.1 Εισαγωγή.....	10
1.2 Ο σκοπός της μελέτης.....	12
1.3 Ερευνητικό Κενό και Στόχοι μελέτης.....	13
1.4 Συνεισφορά της Διπλωματικής Μελέτης.....	15
1.5 Δομή της Εργασίας.....	16
Κεφάλαιο 2:Βιβλιογραφική Ανασκόπηση.....	19
2.1 Τεχνητή Νοημοσύνη και στο Μάνατζμεντ.....	19
2.2 Ανάλυση της μηχανικής μάθησης και της τεχνητής νοημοσύνης στο μάνατζμεντ	21
2.3 Τεχνητή Νοημοσύνη και Μάνατζμεντ στην Ελλάδα.....	26
Κεφάλαιο 3: Ερευνητικές Υποθέσεις.....	29
3.1 Εισαγωγή.....	29
3.2 Ερευνητικά Ερωτήματα.....	32
Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία Έρευνας.....	35
4.1 Εισαγωγή.....	35

4.2 Ο τύπος της Έρευνας.....	35
4.3 Το δείγμα και τα όργανα μελέτης.....	37
4.4 Ανάλυση Δεδομένων.....	38
Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα Έρευνας.....	41
5.1 Εισαγωγή.....	41
5.2 Ανάλυση Δημογραφικών Στοιχείων.....	41
5.3 Ανάλυση Μελέτης.....	49
Κεφάλαιο 6:Επίλογος – Συμπεράσματα.....	67
6.1Συζήτηση.....	67
6.2Περιορισμοί Μελέτης.....	70
6.3Μελλοντικές Κατευθύνσεις Έρευνας.....	71
Βιβλιογραφία.....	73

Πίνακες

Πίνακας 1: Φύλο.....	41
Πίνακας 2: Ηλικία.....	43
Πίνακας 3: Επίπεδο σπουδών.....	45
Πίνακας 4: Επάγγελμα.....	47
Πίνακας 5: Τι είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη(AI).....	49
Πίνακας 6: Πώς μπορεί η τεχνητή νοημοσύνη να συμβάλει στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων;.....	51
Πίνακας 7: Ποιος τομέας μπορεί να βοηθήσει στη βελτιστοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις;.....	53
Πίνακας 8: Πώς επηρεάζουν το μάνατζμεντ οι αναλύσεις δεδομένων που υποστηρίζονται από AI;.....	54
Πίνακας 9: Τι ρόλο μπορεί να παίξει η τεχνητή νοημοσύνη στην αφοσίωση των πελατών;.....	56
Πίνακας 10: Ποιο ηθικό κριτήριο είναι σχετικό όταν χρησιμοποιείται η τεχνητή νοημοσύνη στο μάνατζμεντ;.....	58
Πίνακας 11: Παίξει η τεχνητή νοημοσύνη ρόλο στην βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής;.....	60
Πίνακας 12: Πρέπει οι επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη τη διαφάνεια και τη δικαιοσύνη όταν χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη στη λήψη αποφάσεων.....	61
Πίνακας 13: Ένα σύστημα AI βοηθά στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές;.....	63
Πίνακας 14: Ποια πρόκληση μπορεί να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις κατά την	

Εικόνες - Γραφήματα

Εικόνα 1: Τεχνητή νοημοσύνη.....	10
Εικόνα 2: Εφαρμογές για τη χρήση τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις.....	11
Εικόνα 3: Μεθοδολογία Έρευνας.....	36
Εικόνα 4: Φύλο.....	42
Εικόνα 5: Ηλικία.....	44
Εικόνα 6: Επίπεδο σπουδών.....	46
Εικόνα 7: Επάγγελμα.....	48
Εικόνα 8: Τι είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI);.....	50
Εικόνα 9: Πώς μπορεί η τεχνητή νοημοσύνη να συμβάλει στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων.....	52
Εικόνα 10: Ποιος τομέας μπορεί να βοηθήσει στη βελτιστοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις	54
Εικόνα 11: Πώς επηρεάζουν το μάνατζμεντ οι αναλύσεις δεδομένων που υποστηρίζονται από AI.....	56
Εικόνα 12: Τι ρόλο μπορεί να παίζει η τεχνητή νοημοσύνη στην αφοσίωση των πελατών;.....	57
Εικόνα 13: Ποιο ηθικό κριτήριο είναι σχετικό όταν χρησιμοποιείται η τεχνητή νοημοσύνη στο μάνατζμεντ;.....	59
Εικόνα 14: Παίζει η τεχνητή νοημοσύνη ρόλο στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας;.....	61

Εικόνα 15: Θα πρέπει οι επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη τη διαφάνεια και τη δικαιοσύνη όταν χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη στη λήψη αποφάσεων;...62

Εικόνα 16: Ένα σύστημα AI βοηθά στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές;.....64

Εικόνα 17: Ποια πρόκληση μπορεί να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις κατά την εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στις στρατηγικές τους.....65

Συντομογραφίες

AI: artificial intelligence (τεχνητή νοημοσύνη)

IoT: internet of things (διαδίκτυο των πραγμάτων)

SPSS: statistical package for the social sciences (στατιστική μέθοδος για κοινωνικές επιστήμες)

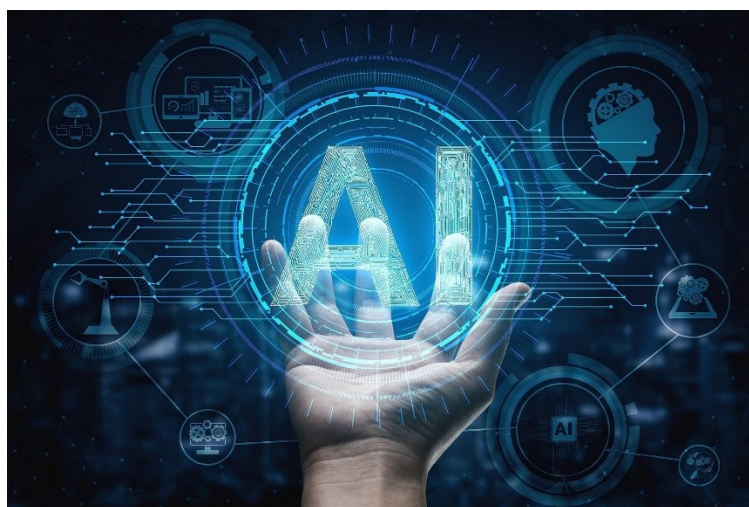
LLMs: large language models (μεγάλα γλωσσικά μοντέλα)

Κεφάλαιο 1: Εισαγωγή

1.1 Εισαγωγή

Η χαρταυγή του 21ου αιώνα είδε την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) να αναδύεται μέσα από την ευρύτερη ακαδημαϊκή έρευνα για να γίνει ο ακρογωνιαίος λίθος της σύγχρονης επιχειρηματικής διαχείρισης. Η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρηματικές πρακτικές δεν είναι απλώς μια σταδιακή πρόοδος, αλλά μια επαναστατική αλλαγή που αναδιαμορφώνει τις βιομηχανίες, αλλάζει τα ανταγωνιστικά τοπία και επαναπροσδιορίζει τον τρόπο λειτουργίας των οργανισμών. Καθώς οι επιχειρήσεις προσπαθούν να πλοηγηθούν στην πολυπλοκότητα μιας ταχέως εξελισσόμενης ψηφιακής οικονομίας, η τεχνητή νοημοσύνη βρίσκεται στην πρώτη γραμμή αυτού του μετασχηματισμού, προσφέροντας νέα εργαλεία για ανάλυση δεδομένων, λήψη αποφάσεων και αφοσίωση πελατών. (Lee, M. K. 2018).

Εικόνα 1: Τεχνητή Νοημοσύνη



Οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης, όπως η μηχανική μάθηση, η βαθιά μάθηση και η επεξεργασία φυσικής γλώσσας, έχουν καταστεί αποφασιστικής σημασίας για το ξεκλείδωμα νέων γνώσεων από δεδομένα, την αυτοματοποίηση εργασιών ρουτίνας και την προώθηση της καινοτομίας. Αξιοποιώντας τη δύναμη της τεχνητής νοημοσύνης, οι επιχειρήσεις μπορούν να αναλύσουν τεράστιες ποσότητες δεδομένων για να εντοπίσουν τις τάσεις, να προβλέψουν τη συμπεριφορά των πελατών και να λάβουν πιο ενημερωμένες αποφάσεις. (Lee, M. K. 2018). Αυτή η προσέγγιση βάσει δεδομένων επιτρέπει στους οργανισμούς να βελτιστοποιούν τις λειτουργίες, να μειώνουν το κόστος και να βελτιώνουν τις προσφορές προϊόντων και υπηρεσιών, οδηγώντας τελικά σε βελτιωμένη ικανοποίηση των πελατών και αυξημένη κερδοφορία.

Ο ρόλος του ΑΙ στη λήψη αποφάσεων και τη στρατηγική διαχείριση είναι ιδιαίτερα αξιοσημείωτος. Τα προηγμένα εργαλεία ανάλυσης και προγνωστικής μοντελοποίησης δίνουν τη δυνατότητα στους διευθυντές να προβλέπουν τις αλλαγές της αγοράς, να αξιολογούν τους κινδύνους και να εντοπίζουν ευκαιρίες με μεγαλύτερη ακρίβεια. Τα συστήματα υποστήριξης αποφάσεων που βασίζονται στο ΑΙ μπορούν να παρέχουν πληροφορίες και προτάσεις σε πραγματικό χρόνο, βοηθώντας τους ηγέτες να κάνουν πιο ευέλικτες και αποτελεσματικές στρατηγικές επιλογές. (Jarrahi, M. H. 2018). Η λειτουργική αποτελεσματικότητα είναι ένας άλλος τομέας όπου η τεχνητή νοημοσύνη έχει σημαντικό αντίκτυπο. Μέσω της αυτοματοποίησης και της βελτιστοποίησης, οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να εξορθολογίσουν τις επιχειρηματικές διαδικασίες, από τη διαχείριση της αλυσίδας εφοδιασμού έως την εξυπηρέτηση πελατών. Το Robotic Process Automation (RPA) και τα εργαλεία ροής εργασίας που βασίζονται στο ΑΙ μπορούν να χειριστούν επαναλαμβανόμενες εργασίες, απελευθερώνοντας τους ανθρώπινους υπαλλήλους να επικεντρωθούν σε πιο περίπλοκη και δημιουργική εργασία. Αυτό όχι μόνο ενισχύει την παραγωγικότητα, αλλά ενισχύει και την ικανοποίηση των εργαζομένων μειώνοντας το φόρτο των εγκόσμιων εργασιών. (Knight, W. 2017)

Εικόνα 2: Εφαρμογές για τη χρήση τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις



Ωστόσο, η υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης δεν είναι χωρίς προκλήσεις. Οι ηθικοί προβληματισμοί, οι ανησυχίες για το απόρρητο των δεδομένων και η πιθανότητα μετατόπισης εργασίας απαιτούν προσεκτική πλοήγηση. Οι επιχειρήσεις πρέπει να αναπτύξουν στρατηγικές για την αντιμετώπιση αυτών των ζητημάτων, διασφαλίζοντας διαφανή και υπεύθυνη χρήση των τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης. Επιπλέον, η επιτυχής ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρηματικές πρακτικές

απαιτεί σημαντικές επενδύσεις στην ανάπτυξη δεξιοτήτων και υποδομών, παράλληλα με μια κουλτούρα που αγκαλιάζει την καινοτομία και την αλλαγή.

Συμπερασματικά, ο ρόλος της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση επιχειρήσεων είναι μεταμορφωτικός, προσφέροντας πολλές ευκαιρίες για ανάπτυξη και καινοτομία. Καθώς προχωράμε, η αλληλεπίδραση μεταξύ τεχνητής νοημοσύνης και πρακτικών διαχείρισης θα συνεχίσει να εξελίσσεται, οδηγώντας τις επιχειρήσεις να προσαρμοστούν και να καινοτομήσουν. Οι οργανισμοί που μπορούν να εκμεταλλευτούν αποτελεσματικά τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης θα είναι σε καλή θέση για να ηγηθούν στη νέα ψηφιακή εποχή, σηματοδοτώντας μια νέα εποχή αποτελεσματικότητας, καινοτομίας και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

1.2 Ο σκοπός της μελέτης

Το εύρος και οι περιορισμοί αυτής της μελέτης παρέχουν μια σαφή οριοθέτηση των ορίων εντός των οποίων λειτουργεί η έρευνα, καθώς και μια κατανόηση των πιθανών περιορισμών που μπορεί να επηρεάσουν τα αποτελέσματα και τις ερμηνείες των ευρημάτων. Είναι σημαντικό να καθοριστούν το πεδίο εφαρμογής και οι περιορισμοί για να εξασφαλιστεί μια εστιασμένη και αξιόπιστη ερευνητική προσπάθεια.

Το πεδίο εφαρμογής της μελέτης περιλαμβάνει μια ολοκληρωμένη διερεύνηση των εφαρμογών της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) για την ενίσχυση του μάνατζμεντ σε διάφορους τομείς των επιχειρήσεων. Περιλαμβάνει μια λεπτομερή έρευνα για την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στην ανάλυση αγοράς, τη βελτιστοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας, τη διαχείριση σχέσεων με τους πελάτες και τη χρηματοοικονομική διαχείριση. Η μελέτη στοχεύει να αναλύσει τον αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, την οργανωτική μάθηση και τη συνολική επιχειρηματική απόδοση. Η έρευνα υιοθετεί μια ποσοτική προσέγγιση, χρησιμοποιώντας έρευνες και ανάλυση στατιστικού πακέτου για τις κοινωνικές επιστήμες (SPSS) για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων από ένα ποικίλο δείγμα επιχειρήσεων.

Συνεπώς αυτή η μελέτη επιδιώκει να γεφυρώσει το χάσμα μεταξύ θεωρίας και πράξης εξετάζοντας εμπειρικά πώς οι εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης επηρεάζουν την επιχειρηματική στρατηγική και το μάνατζμεντ. Αποσαφηνίζοντας τους μηχανισμούς μέσω των οποίων η τεχνητή νοημοσύνη ενισχύει τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων, αυτή η έρευνα στοχεύει να παρέχει μια ολοκληρωμένη κατανόηση των πιθανών πλεονεκτημάτων και προκλήσεων που σχετίζονται με την ενσωμάτωση της τεχνητής

νοημοσύνης. Καθώς οι επιχειρήσεις περιηγούνται στα αχαρτογράφητα ύδατα των στρατηγικών που βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη, οι γνώσεις που προκύπτουν από αυτήν τη μελέτη θα συμβάλουν σε μια πιο ενημερωμένη και αποτελεσματική προσέγγιση για τη μόχλευση της τεχνητής νοημοσύνης για βιώσιμη ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα.

1.3 Ερευνητικό Κενό και Στόχοι μελέτης

Η έλευση της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) παρουσιάζει τόσο άνευ προηγουμένου ευκαιρίες όσο και προκλήσεις για τον τομέα της διαχείρισης. Καθώς οι οργανισμοί ενσωματώνουν ολοένα και περισσότερο τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης στις δραστηριότητές τους, η κατανόηση των επιπτώσεων αυτού του μετασχηματισμού γίνεται πρωταρχικής σημασίας. Το ερευνητικό πρόβλημα είναι να διερευνήσει διεξοδικά τον ρόλο της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση και τον αντίκτυπό της στην οργανωτική απόδοση, τη λήψη αποφάσεων και την καινοτομία, καθώς και να αντιμετωπίσει τις προκλήσεις και τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί στην υιοθέτηση και αποτελεσματική χρήση της τεχνητής νοημοσύνης σε διαχειριστικά πλαίσια. . Ουσιαστικά, το ερευνητικό πρόβλημα - κενό μπορεί να διατυπωθεί ως εξής:

«Πώς επηρεάζει η υιοθέτηση και η χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στη διαχείριση την απόδοση του οργανισμού, τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και την καινοτομία και ποια είναι τα εμπόδια και οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί στην αποτελεσματική εφαρμογή τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης σε διαχειριστικά πλαίσια;»

Στόχοι μελέτης

Για την αντιμετώπιση του ερευνητικού προβλήματος, η μελέτη στοχεύει στην επίτευξη των ακόλουθων στόχων:

1. Για να αξιολογήσουμε την έκταση της υιοθέτησης AI στη διαχείριση:

Η μελέτη εξετάζει τα τρέχοντα ποσοστά υιοθέτησης τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης σε διαφορετικούς τομείς διαχείρισης.

Προσδιορίζει τους τύπους εφαρμογών και εργαλείων τεχνητής νοημοσύνης που ενσωματώνουν οι οργανισμοί στις πρακτικές διαχείρισης τους.

2. Για να αναλύσουμε τον αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στην οργανωτική απόδοση:

Η έρευνα διερευνά πώς η τεχνητή νοημοσύνη επηρεάζει βασικούς δείκτες απόδοσης όπως η αποδοτικότητα, η παραγωγικότητα και η κερδοφορία.

Αξιολογεί τον αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στη συνολική ανταγωνιστικότητα των οργανισμών στην αγορά.

3. Για να εξετάσουμε τον ρόλο της τεχνητής νοημοσύνης στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων:

Η μελέτη αναλύει πώς η τεχνητή νοημοσύνη συμβάλλει στη λήψη αποφάσεων με γνώμονα τα δεδομένα και τον στρατηγικό σχεδιασμό.

Διερευνά την αποτελεσματικότητα των συστημάτων υποστήριξης αποφάσεων που βασίζονται σε ΑΙ σε διαχειριστικά πλαίσια.

4. Για να διερευνήσουμε τη συμβολή της τεχνητής νοημοσύνης στην καινοτομία:

Η έρευνα αξιολογεί πώς η τεχνητή νοημοσύνη προωθεί την καινοτομία επιτρέποντας την ανάπτυξη νέων προϊόντων, τη βελτίωση της διαδικασίας και την καινοτομία επιχειρηματικών μοντέλων.

Διερευνά τη σχέση μεταξύ της τεχνητής νοημοσύνης, της δημιουργικότητας και της επιχειρηματικότητας εντός των οργανισμών.

5. Για να εντοπίσουμε τα εμπόδια και τις προκλήσεις στην εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης:

Η μελέτη προσδιορίζει και κατηγοριοποιεί τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί κατά την υιοθέτηση και την ενσωμάτωση τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης τους.

Αναλύει τους παράγοντες που επηρεάζουν την επιτυχή ανάπτυξη και χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση.

Με την αντιμετώπιση αυτών των στόχων μελέτης, αυτή η έρευνα στοχεύει να παρέχει μια ολοκληρωμένη κατανόηση του αντίκτυπου και των προκλήσεων της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση, προσφέροντας πολύτιμες γνώσεις για επαγγελματίες, υπεύθυνους χάραξης πολιτικής και ερευνητές στον τομέα.

Συμπερασματικά, το ερευνητικό πρόβλημα επικεντρώνεται στο ξεκλείδωμα των δυνατοτήτων της τεχνητής νοημοσύνης για την ενίσχυση των επιχειρηματικών στρατηγικών και του μάνατζμεντ των επιχειρήσεων, ενώ οι στόχοι επικεντρώνονται στην εξερεύνηση εφαρμογών τεχνητής νοημοσύνης, στην εξέταση του αντίκτυπού της

στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και στην οργανωτική μάθηση και στην αξιολόγηση των επιπτώσεών της, συνολικά στην επιχείρηση.. Μέσω της επιδίωξης αυτών των στόχων, η έρευνα επιδιώκει να συνεισφέρει εμπειρικές γνώσεις που επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να περιηγηθούν στο περίπλοκο τοπίο της στρατηγικής λήψης αποφάσεων με γνώμονα την τεχνητή νοημοσύνη και να ανοίξουν το δρόμο για ενημερωμένες και αποτελεσματικές στρατηγικές σε ένα ταχέως εξελισσόμενο οικονομικό τοπίο.

1.4 Συνεισφορά της Διπλωματικής Μελέτης

Η συμβολή της μελέτης σχετικά με τον μετασχηματιστικό αντίκτυπο της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στη Διοίκηση Επιχειρήσεων είναι πολύπλευρη και ουσιαστική, προσφέροντας πολλές βασικές προόδους στην κατανόηση και την εφαρμογή των τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης στον τομέα της διαχείρισης. Αυτή η μελέτη, μέσω της ολοκληρωμένης εξερεύνησης και ανάλυσής της, προσφέρει κρίσιμες γνώσεις, κατευθυντήριες γραμμές και πλαίσια που μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τόσο την ακαδημαϊκή έρευνα όσο και τις πρακτικές στρατηγικές διαχείρισης. Εδώ, σκιαγραφούμε τις διάφορες διαστάσεις μέσω των οποίων η παρούσα μελέτη συμβάλλει στο πεδίο.

Η μελέτη αποκαλύπτει συστηματικά τη σύνθετη δυναμική μεταξύ τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης και πρακτικών διαχείρισης, παρέχοντας μια λεπτομερή εξέταση του τρόπου με τον οποίο η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να βελτιώσει τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, να εξορθολογίσει τις λειτουργίες και να προωθήσει την καινοτομία. Αξιοποιώντας μια ποσοτική προσέγγιση, προσφέρει εμπειρικά στοιχεία σχετικά με την έκταση της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης σε διαφορετικούς κλάδους και τον συνεπαγόμενο αντίκτυπό της στην απόδοση του οργανισμού. Αυτό εμπλουτίζει τον ακαδημαϊκό λόγο προσφέροντας γνώσεις βασισμένες σε δεδομένα που διευκρινίζουν τον ρόλο της τεχνητής νοημοσύνης στη σύγχρονη επιχειρηματική διαχείριση.

Μία από τις κρίσιμες συνεισφορές αυτής της έρευνας είναι ο ρόλος της στη γεφύρωση των υπαρχόντων κενών στη βιβλιογραφία σχετικά με την τεχνητή νοημοσύνη στη διαχείριση. Το κάνει όχι μόνο συνθέτοντας τα διάσπαρτα ευρήματα από προηγούμενες μελέτες αλλά και αντιμετωπίζοντας ανεξερεύνητους τομείς, όπως οι διαφοροποιημένες προκλήσεις της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης σε παραδοσιακά πλαίσια διαχείρισης. Τα ευρήματα της μελέτης προσφέρουν μια πιο λεπτή κατανόηση των φραγμών στην υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης και παρέχουν ένα θεωρητικό

πλαίσιο για την υπέρβαση αυτών των εμποδίων, ανοίγοντας έτσι το δρόμο για μελλοντική έρευνα σε αυτόν τον τομέα.

Από πρακτική άποψη, αυτή η μελέτη προσφέρει κατευθυντήριες γραμμές για τους οργανισμούς που θέλουν να ενσωματώσουν την τεχνητή νοημοσύνη στις δραστηριότητές τους. Εντοπίζοντας τους βασικούς παράγοντες που διευκολύνουν ή εμποδίζουν την υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης, η έρευνα παρέχει στους διαχειριστές έναν οδικό χάρτη για την πλοήγηση στις τεχνολογικές, οργανωτικές και πολιτιστικές προκλήσεις που σχετίζονται με αυτήν την ενοποίηση. Οι γνώσεις της μελέτης σχετικά με τα οφέλη της τεχνητής νοημοσύνης, όπως η λειτουργική αποτελεσματικότητα και η βελτιωμένη λήψη αποφάσεων, χρησιμεύουν ως συναρπαστικό επιχείρημα για την υιοθέτησή της, εξοπλίζοντας τους διευθυντές με τη γνώση ώστε να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με την επένδυση σε τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης. Η έρευνα συμβάλλει επίσης στη συνεχή συζήτηση γύρω από την ηθική χρήση της τεχνητής νοημοσύνης και την ανάγκη για πλαίσια πολιτικής που διέπουν την εφαρμογή της στις επιχειρήσεις. Αναδεικνύοντας τους πιθανούς κινδύνους και τα ηθικά διλήμματα που θέτει η τεχνητή νοημοσύνη, από ανησυχίες για το απόρρητο των δεδομένων έως την μετατόπιση θέσεων εργασίας, η μελέτη υπογραμμίζει τη σημασία της ανάπτυξης ολοκληρωμένων πολιτικών που διασφαλίζουν την υπεύθυνη χρήση των τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης. Αυτή η συνεισφορά είναι ιδιαίτερα επίκαιρη, δεδομένης της αυξανόμενης εξάρτησης από συστήματα τεχνητής νοημοσύνης σε διάφορους τομείς.

Συμπερασματικά, η συμβολή αυτής της μελέτης στους τομείς της τεχνητής νοημοσύνης και της διαχείρισης επιχειρήσεων είναι ευρεία και βαθιά, προσφέροντας πολύτιμες γνώσεις που προάγουν την κατανόησή μας, ενημερώνουν την πρακτική και καθοδηγούν τη χάραξη πολιτικής. Η περιεκτική ανάλυσή του, βασισμένη σε εμπειρικά στοιχεία, χρησιμεύει ως θεμελιώδες κομμάτι τόσο για μελετητές όσο και για επαγγελματίες που στοχεύουν στην πλοήγηση στην πολυπλοκότητα της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης.

1.5 Δομή της Εργασίας

Η μελέτη για τον αντίκτυπο της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στη Διοίκηση Επιχειρήσεων οργανώνεται σχολαστικά σε μια συνεκτική δομή που καθοδηγεί τον αναγνώστη μέσα από την περίπλοκη αλληλεπίδραση μεταξύ τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης και πρακτικών διαχείρισης management. Αυτό το δομικό πλαίσιο είναι

απαραίτητο τόσο για τη θεμελίωση της έρευνας στην υπάρχουσα γνώση όσο και για την προώθηση της κατανόησής μας σχετικά με τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης στον επιχειρηματικό τομέα.

Εισαγωγή: Το εναρκτήριο τμήμα της μελέτης θέτει τα θεμέλια, εισάγοντας το αντικείμενο και υπογραμμίζοντας τη συνάφειά του στο ταχέως εξελισσόμενο τεχνολογικό τοπίο του σήμερα. Οριοθετεί τους στόχους, τα ερευνητικά ερωτήματα και τις υποθέσεις, θέτοντας ουσιαστικά το υπόβαθρο για τη εις βάθος εξερεύνηση που ακολουθεί. Αυτή η εισαγωγή όχι μόνο προσελκύει το ενδιαφέρον του αναγνώστη, αλλά περιγράφει επίσης το εύρος και τη σημασία της έρευνας, υπογραμμίζοντας τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης να φέρει επανάσταση στη διαχείριση των επιχειρήσεων.

Κεφάλαιο 2 - Ανασκόπηση της Βιβλιογραφίας: Με βάση τις εισαγωγικές βάσεις, το δεύτερο κεφάλαιο εμβαθύνει σε μια περιεκτική ανασκόπηση της υπάρχουσας βιβλιογραφίας. Αυτή η ενότητα είναι κρίσιμη για την τοποθέτηση της μελέτης στον ευρύτερο ακαδημαϊκό λόγο, τον εντοπισμό κενών στην τρέχουσα έρευνα και τη βελτίωση των ερευνητικών ερωτημάτων με βάση τις γνώσεις που προέκυψαν από προηγούμενες μελέτες. Εξετάζοντας τη σχετική βιβλιογραφία, αυτό το κεφάλαιο δημιουργεί ένα θεωρητικό πλαίσιο που ενημερώνει την επακόλουθη ανάλυση, διασφαλίζοντας ότι η έρευνα στηρίζεται σε ένα στέρεο ακαδημαϊκό πλαίσιο.

Κεφάλαιο 3 - Ερευνητικές Υποθέσεις: Το τρίτο κεφάλαιο εμπλουτίζει τη μελέτη παρουσιάζοντας μια σειρά από ερευνητικές υποθέσεις που απεικονίζουν την πρακτική εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση επιχειρήσεων σε διάφορους κλάδους. Αυτές οι περιπτώσεις παρέχουν συγκεκριμένα παραδείγματα για το πώς εφαρμόζονται οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης για τη βελτίωση της λήψης αποφάσεων, της λειτουργικής αποτελεσματικότητας, της δέσμευσης πελατών και της καινοτομίας. Αυτό το κεφάλαιο όχι μόνο καταδεικνύει την ευελιξία και τον αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης, αλλά προσφέρει επίσης πολύτιμες γνώσεις για τις προκλήσεις και τις επιτυχίες που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί κατά την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισής τους.

Κεφάλαιο 4 - Μεθοδολογία: Αυτό το κρίσιμο κεφάλαιο περιγράφει λεπτομερώς τη μεθοδολογία που χρησιμοποιήθηκε στη μελέτη, περιγράφοντας τον σχεδιασμό της έρευνας, τις μεθόδους συλλογής δεδομένων και τις αναλυτικές τεχνικές. Προσφέρει διαφάνεια σχετικά με τον τρόπο διεξαγωγής της έρευνας, διασφαλίζοντας την εγκυρότητα και την αξιοπιστία των ευρημάτων. Το τμήμα μεθοδολογίας είναι

θεμελιώδες για την κατανόηση της προσέγγισης που ακολουθείται για τη διερεύνηση των υποθέσεων της έρευνας και την ερμηνεία των δεδομένων, παρέχοντας ένα σχέδιο για την αναλυτική διαδικασία.

Κεφάλαιο 5 - Ανάλυση Δεδομένων: Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζεται αναλυτική ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν κατά τη διάρκεια της μελέτης, εξετάζοντας τα ευρήματα σε σχέση με τις ερευνητικές υποθέσεις. Μέσα από αυστηρή ανάλυση, αυτή η ενότητα αποκαλύπτει μοτίβα, τάσεις και ιδέες που αποκαλύπτουν τον αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης επιχειρήσεων. Η ανάλυση δεδομένων είναι κεντρική για την προώθηση της κατανόησης του ρόλου της τεχνητής νοημοσύνης στον μετασχηματισμό των επιχειρηματικών λειτουργιών, των διαδικασιών λήψης αποφάσεων και των ανταγωνιστικών στρατηγικών.

Κεφάλαιο 6 - Συμπεράσματα και προτάσεις: Το τελευταίο κεφάλαιο συνθέτει τα ευρήματα της μελέτης, εξάγοντας συμπεράσματα σχετικά με τις μετασχηματιστικές δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης στη διοίκηση επιχειρήσεων. Αντανακλά τις θεωρητικές και πρακτικές επιπτώσεις της έρευνας, συζητώντας τη συνεισφορά της στο πεδίο και προσφέροντας συστάσεις για τους επαγγελματίες. Αυτό το κεφάλαιο περιγράφει επίσης τις μελλοντικές ερευνητικές κατευθύνσεις, αναγνωρίζοντας τους περιορισμούς της τρέχουσας μελέτης και προτείνοντας τομείς για περαιτέρω διερεύνηση.

Κεφάλαιο 2:Βιβλιογραφική Ανασκόπηση

2.1 Τεχνητή Νοημοσύνη και στο Μάνατζμεντ

Η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) στον τομέα του μάνατζμεντ σηματοδοτεί μια κομβική αλλαγή στον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί αντιλαμβάνονται, διατυπώνουν και εκτελούν τις στρατηγικές τους πρωτοβουλίες. (Rai, Constantinides, & Sarker,. 2019) Αυτή η ενότητα παρέχει μια ολοκληρωμένη επισκόπηση του ρόλου και της σημασίας της τεχνητής νοημοσύνης στην αναμόρφωση των παραδοσιακών επιχειρηματικών στρατηγικών μάνατζμεντ και εισάγει τις θεμελιώδεις έννοιες που στηρίζουν τις μετασχηματιστικές δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης.

Στο επίκεντρο της συζήτησης βρίσκεται ο ορισμός του AI, ενός εκτεταμένου και εξελισσόμενου πεδίου που περιλαμβάνει τεχνολογίες που επιτρέπουν στις μηχανές να μιμούνται τις ανθρώπινες γνωστικές λειτουργίες. Αυτές οι λειτουργίες περιλαμβάνουν μάθηση, συλλογισμό, επίλυση προβλημάτων, αντίληψη και γλωσσική επεξεργασία. Καθώς οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης ωριμάζουν, προσφέρουν την υπόσχεση αύξησης της ανθρώπινης λήψης αποφάσεων και ενίσχυσης των ικανοτήτων μάνατζμεντ των οργανισμών σε όλες τις βιομηχανίες. (Bernard Marr, 2018)

Η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στο μάνατζμεντ αντιπροσωπεύει ένα παράδειγμα που υπερβαίνει την απλή τεχνολογική υιοθέτηση. Συνεπάγεται μια θεμελιώδη επανεξέταση του τρόπου με τον οποίο οι οργανισμοί λειτουργούν, ανταγωνίζονται και καινοτομούν σε ένα ψηφιακά καθοδηγούμενο τοπίο. Η ικανότητα της τεχνητής νοημοσύνης να αναλύει τεράστια σύνολα δεδομένων, να αναγνωρίζει μοτίβα και να δημιουργεί προγνωστικές πληροφορίες φέρνει επανάσταση στον τρόπο διαμόρφωσης και εκτέλεσης των στρατηγικών αποφάσεων.

Μία από τις βασικές αρχές του αντίκτυπου της τεχνητής νοημοσύνης στην επιχειρηματική στρατηγική και το μάνατζμεντ είναι η ικανότητά της να δημιουργεί γνώσεις βάσει δεδομένων που υπερβαίνουν τους ανθρώπινους γνωστικούς περιορισμούς. Οι οργανισμοί μπορούν να αξιοποιήσουν αλγόριθμους τεχνητής νοημοσύνης για να επεξεργάζονται τεράστιους όγκους πληροφοριών και να εξάγουν χρήσιμες πληροφορίες, επιτρέποντας τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων σε πραγματικό χρόνο. Αυτή η ικανότητα δίνει στους οργανισμούς τη δυνατότητα να

προβλέπουν τις τάσεις της αγοράς, να εντοπίζουν αναδυόμενες ευκαιρίες και να μετριάζουν τους κινδύνους με μεγαλύτερη ακρίβεια. (Artificial Intelligence in logistics 2018)

Οι τεχνολογίες που βασίζονται στο AI, όπως η επεξεργασία φυσικής γλώσσας και η ανάλυση συναισθήματος, επιτρέπουν στους οργανισμούς να αποκτήσουν βαθύτερες γνώσεις σχετικά με τη συμπεριφορά, τις προτιμήσεις και τα συναισθήματα των πελατών. Αυτό δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να προσαρμόσουν τις προσφορές τους, τις στρατηγικές επικοινωνίας και τις εμπειρίες των πελατών τους για να ευθυγραμμιστούν με τις ατομικές ανάγκες, ενισχύοντας ισχυρότερες σχέσεις με τους πελάτες και αφοσίωση. (Artificial Intelligence in logistics 2018)

Ο αντίκτυπος της τεχνητής νοημοσύνης εκτείνεται πέρα από διαχείριση του μάνατζμεντ σε λειτουργικούς τομείς, όπως η διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας, η κατανομή πόρων και η βελτιστοποίηση διαδικασιών. Ο αυτοματισμός με γνώμονα την τεχνητή νοημοσύνη και τα προγνωστικά αναλυτικά στοιχεία επιτρέπουν στους οργανισμούς να εξορθολογίσουν τις λειτουργίες, να μειώσουν τις αναποτελεσματικότητες και να βελτιστοποιήσουν τη χρήση των πόρων, ενισχύοντας έτσι τη συνολική απόδοση και τη σχέση κόστους-αποτελεσματικότητας.

Η έγχυση της τεχνητής νοημοσύνης στο μάνατζμεντ καταλύει την καινοτομία ξεκλειδώνοντας νέους δρόμους για την ανάπτυξη προϊόντων, την παροχή υπηρεσιών και τα επιχειρηματικά μοντέλα. Αξιοποιώντας τις γνώσεις της τεχνητής νοημοσύνης, οι οργανισμοί μπορούν να εντοπίσουν ανεξερεύνητες θέσεις της αγοράς, να συλλάβουν καινοτόμες προσφορές και να προσαρμοστούν γρήγορα στη μεταβαλλόμενη δυναμική της αγοράς, προωθώντας μια κουλτούρα συνεχούς καινοτομίας. (Crowd G 2017)

Καθώς οι οργανισμοί αξιοποιούν τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης, τα ηθικά ζητήματα αποκτούν πρωταρχική σημασία. Η ενότητα αγγίζει επίσης ηθικά ζητήματα όπως η μεροληψία στους αλγόριθμους τεχνητής νοημοσύνης, τα ζητήματα απορρήτου των δεδομένων και οι επιπτώσεις της αυτοματοποίησης στο εργατικό δυναμικό. Αυτές οι ηθικές διαστάσεις υπογραμμίζουν τη σημασία της υπεύθυνης εφαρμογής της τεχνητής νοημοσύνης.

Συμπερασματικά, η εισαγωγή στην τεχνητή νοημοσύνη στην επιχειρηματική στρατηγική θέτει τις βάσεις για μια βαθιά εξερεύνηση του τρόπου με τον οποίο η τεχνητή νοημοσύνη αναδιαμορφώνει τα περιγράμματα της στρατηγικής λήψης αποφάσεων. Εισάγοντας τις θεμελιώδεις έννοιες, τα πιθανά οφέλη και τις προκλήσεις

που σχετίζονται με την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης, αυτή η ενότητα παρέχει μια ολιστική βάση για τις επόμενες συζητήσεις σχετικά με τις εφαρμογές, τις επιπτώσεις και την εμπειρική εξέταση της τεχνητής νοημοσύνης στον τομέα της οικονομίας και των επιχειρήσεων.

2.2 Ανάλυση της μηχανικής μάθησης και της τεχνητής νοημοσύνης στο μάνατζμεντ

Ενώ πολλές τεχνολογίες μπορούν να κάνουν επαναλαμβανόμενες εργασίες, δεν έχουν αυτόνομη σκέψη. Είναι ανίκανοι να σκεφτούν πέρα από το κουτί. Η μηχανική μάθηση, από την άλλη πλευρά, είναι ένας κλάδος της τεχνητής νοημοσύνης που προσπαθεί να προσφέρει στους υπολογιστές τη δυνατότητα να μάθουν μια εργασία χωρίς τη χρήση προϋπάρχοντος κώδικα. Εδώ, παρέχονται παραδείγματα και προβλήματα στα μηχανήματα, ώστε να μπορούν να μάθουν πώς να κάνουν ορισμένες εργασίες. Οι μηχανές μαθαίνουν και τροποποιούν την προσέγγισή τους καθώς εργάζονται μέσα από αυτά τα ζητήματα και τα παραδείγματα προκειμένου να φέρουν εις πέρας τις εργασίες μόνες τους. Για παράδειγμα, σε έναν υπολογιστή που αναγνωρίζει εικόνες μπορεί να δοθούν εκατομμύρια εικόνες για εξέταση. Το σύστημα τελικά αναπτύσσει την ικανότητα να ανιχνεύει μοτίβα, αντικείμενα, πρόσωπα και άλλα πράγματα αφού περάσει από πολλές παραλλαγές. (Davenport, T. , & Kalakota, R. (2019).

Τα ρομπότ διδάσκονται να μαθαίνουν περισσότερα από μια απλή εργασία, αλλά στην τρέχουσα περίσταση, μαθαίνουν απλώς για τη συγκεκριμένη επαναλαμβανόμενη δραστηριότητα. Ο στόχος των ειδικών της τεχνητής νοημοσύνης είναι να επιτρέψουν στον υπολογιστή να εφαρμόσει τα μαθήματα που έχει μάθει από τη μελέτη εικόνων σε άλλα σύνολα δεδομένων. Προγραμματιστές και επιστήμονες δεδομένων αναπτύσσουν αλγόριθμους μάθησης γενικής χρήσης για να βοηθήσουν τα ρομπότ να μάθουν περισσότερες από μία συγκεκριμένη δραστηριότητα. (Cambria, E. 2016)

Βοηθώντας στην τμηματοποίηση, τη στόχευση και την τοποθέτηση (STP), η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να βοηθήσει τους επαγγελματίες του μάρκετινγκ στη στρατηγική και τον προγραμματισμό των προσπαθειών μάρκετινγκ και μάνατζμεντ. Η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να βοηθήσει τους επαγγελματίες του μάρκετινγκ να οραματιστούν τη στρατηγική κατεύθυνση μιας εταιρείας εκτός από το STP (Huang & Rust, 2017). Για τον προσδιορισμό προσοδοφόρων κατηγοριών πελατών, αλγόριθμοι εξόρυξης κειμένου και μηχανικής μάθησης μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε κλάδους όπως η τραπεζική και η χρηματοοικονομική, το μάρκετινγκ τέχνης, το λιανικό εμπόριο και ο τουρισμός (Dekimpre, 2020). Οι στοχευόμενοι καταναλωτές μπορεί επίσης να μειωθούν

χρησιμοποιώντας ένα μείγμα προσεγγίσεων μηχανικής μάθησης, αιτιακών δασών και βελτιστοποίησης δεδομένων (Chen et al., 2020).

Ένα εργαλείο ανάλυσης μάρκετινγκ που υποστηρίζεται από τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να αξιολογήσει πόσο καλά είναι σχεδιασμένο ένα προϊόν σε σχέση με τις απαιτήσεις του καταναλωτή και τον βαθμό ικανοποίησης του πελάτη που προκύπτει (Dekimpe, 2020).

Σύμφωνα με τους Antons και Breidbach (2018), η μοντελοποίηση θεμάτων αυξάνει την ικανότητα του συστήματος για καινοτομία και σχεδιασμό υπηρεσιών. Προκειμένου να κατανοήσουμε τα συστήματα συστάσεων προϊόντων και να ταιριάξουμε στρατηγικές μάρκετινγκ για αποτελεσματική διαχείριση προϊόντων, η βαρύτητα προτίμησης που εφαρμόζεται στα χαρακτηριστικά του προϊόντος κατά την αναζήτηση προϊόντος είναι χρήσιμη για τους εμπόρους (Dzyabura & Hauser, 2019). Η βαθιά μάθηση μπορεί να βοηθήσει τους ανθρώπους να ανακαλύψουν νέους τομείς και επίσης να προσαρμόσουν συστάσεις για σημεία ενδιαφέροντος. Η τεχνητή νοημοσύνη παρέχει τη δυνατότητα προσαρμογής των προϊόντων στις απαιτήσεις του πελάτη (Kumar et al., 2019).

Η τιμολόγηση είναι μια εργασία έντασης υπολογισμών που λαμβάνει υπόψη μια σειρά παραγόντων πριν από τον καθορισμό της τελικής τιμής. Η δυσκολία της εργασίας τιμολόγησης αυξάνεται από τις διακυμάνσεις της τιμής σε πραγματικό χρόνο ανάλογα με τη μεταβαλλόμενη ζήτηση. Ένα πολυπλοκισμένο σύστημα ληστών που βασίζεται στην τεχνητή νοημοσύνη είναι ικανό για δυναμική προσαρμογή της τιμολόγησης σε πραγματικό χρόνο. Το συμπέρασμα Bayes σε ένα σύστημα μηχανικής μάθησης μπορεί να αλλάξει γρήγορα τα σημεία τιμών ώστε να ταιριάζουν με την τιμή του ανταγωνιστή σε ένα τακτικά μεταβαλλόμενο περιβάλλον τιμολόγησης, όπως μια πλατφόρμα ηλεκτρονικού εμπορίου (Bauer & Jannach, 2018). Οι καλύτεροι αλγόριθμοι τιμολόγησης απόκρισης, σύμφωνα με τον Dekimpe (2020), περιλαμβάνουν τις προτιμήσεις των καταναλωτών, τις ανταγωνιστικές τακτικές και το δίκτυο εφοδιασμού για τη βελτιστοποίηση της δυναμικής τιμής.

Η πρόσβαση και η διαθεσιμότητα των προϊόντων είναι κρίσιμα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ για αυξημένη ικανοποίηση των καταναλωτών. Τα ζητήματα logistics, διαχείρισης αποθεμάτων, αποθήκευσης και μεταφοράς που είναι κυρίως μηχανικά και επαναλαμβανόμενα αποτελούν τη βάση της διανομής των προϊόντων. Με cobot για συσκευασία, drones για παράδοση και IoT για παρακολούθηση παραγγελιών και αναπλήρωση παραγγελιών, η τεχνητή νοημοσύνη είναι η ιδανική επιλογή για τη διαχείριση τοποθεσίας (Huang & Rust, 2020). Τόσο οι προμηθευτές όσο και οι

αγοραστές επωφελούνται από την τυποποίηση και την αυτοματοποίηση της διαδικασίας διανομής. Η τεχνητή νοημοσύνη παρουσιάζει προοπτικές για τη συμμετοχή των πελατών σε περιβάλλοντα υπηρεσιών εκτός από την αξία της στη διαχείριση διανομής. Τα ρομπότ υπηρεσιών με αλγόριθμους συναισθηματικής τεχνητής νοημοσύνης που είναι ενσωματωμένοι στον προγραμματισμό τους είναι χρήσιμα για επιφανειακή δράση. Τα ενσωματωμένα ρομπότ μπορεί να καλωσορίζουν και να αλληλεπιδρούν με τους καταναλωτές, αλλά για μια θετική εμπειρία πελάτη, πρέπει να υπάρχουν και ανθρώπινες πτυχές στο περιβάλλον εξυπηρέτησης. Μια περαιτέρω δυνατότητα για βελτίωση της απόδοσης και της αποδοτικότητας παρέχεται από την αυτοματοποίηση των διαδικασιών εξυπηρέτησης με χρήση τεχνητής νοημοσύνης (Huang & Rust, 2018).

Ο σχεδιασμός μέσων, ο προγραμματισμός μέσων, η διαχείριση διαφημιστικών καμπανιών, η βελτιστοποίηση μηχανών αναζήτησης κ.λπ. αποτελούν μέρος της διαχείρισης προώθησης. Οι στρατηγικές προώθησης μετατοπίζονται από το να είναι απτικές σε ψηφιακές. Λόγω της παγκόσμιας ψηφιακής επανάστασης, οι πρωτοβουλίες ψηφιακού μάρκετινγκ και μέσων κοινωνικής δικτύωσης κέρδισαν έλξη. Στο σημερινό τεχνολογικά προηγμένο περιβάλλον, ο πελάτης καθορίζει το χρονοδιάγραμμα, την τοποθεσία και το περιεχόμενο. Το AI επιτρέπει την προσαρμογή μηνυμάτων και προσαρμογή με βάση τις προτιμήσεις και το προφίλ του χρήστη (Huang & Rust, 2020). Η ανάλυση περιεχομένου μπορεί να βελτιώσει τη χρησιμότητα και τη ισχύ των μηνυμάτων. Οι αλγόριθμοι συναισθηματικής τεχνητής νοημοσύνης μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την παρακολούθηση των προτιμήσεων των πελατών σε πραγματικό χρόνο. Το περιεχόμενο των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρέχει νέες ευκαιρίες στους επαγγελματίες του μάρκετινγκ να προσαρμόσουν τις τακτικές μάρκετινγκ στις προτιμήσεις του κοινού-στόχου τους (Tripathi & Verma, 2018).

Στο σύγχρονο τοπίο των επιχειρήσεων και της οικονομίας, η αδιάκοπη εξέλιξη της τεχνολογίας, ιδιαίτερα οι ραγδαίες εξελίξεις στην Τεχνητή Νοημοσύνη (AI), έχει φέρει επανάσταση στον τρόπο με τον οποίο οι οργανισμοί διαμορφώνουν και εκτελούν τις στρατηγικές και γενικότερα στην όλη διοίκηση τους. Αυτή η αλλαγή πολιτικής έχει πυροδοτήσει ένα βαθύ ενδιαφέρον για την κατανόηση των εφαρμογών και των επιπτώσεων της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρηματικές στρατηγικές και το μάνατζμεντ. (Press, 2016) Σε αυτό το πλαίσιο, η σημασία της συνολικής διερεύνησης των εφαρμογών της τεχνητής νοημοσύνης για τη βελτίωση της επιχειρηματικής στρατηγικής δεν μπορεί να υπερεκτιμηθεί.

Οι παραδοσιακές επιχειρηματικές στρατηγικές, αν και αποτελεσματικές στην εποχή τους, αντιμετωπίζουν πλέον πρωτόγνωρες προκλήσεις λόγω της δυναμικής και πολύπλοκης φύσης των σημερινών παγκοσμιοποιημένων αγορών. (Schalko, R.J. (1997) Η έλευση της τεχνητής νοημοσύνης αποτελεί μια μοναδική ευκαιρία όχι μόνο για την αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων αλλά και για τον επαναπροσδιορισμό της ίδιας της ουσίας της στρατηγικής λήψης αποφάσεων. Οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης, όπως η μηχανική εκμάθηση, η επεξεργασία φυσικής γλώσσας και τα προγνωστικά αναλυτικά στοιχεία, έχουν τη δυνατότητα να αναλύσουν τεράστιες ποσότητες δεδομένων, να αποκαλύψουν μοτίβα και να δημιουργήσουν γνώσεις που προηγουμένως δεν ήταν εφικτές μέσω συμβατικών μεθόδων. Αυτή η μεταμορφωτική ικανότητα της τεχνητής νοημοσύνης προσφέρει στους οργανισμούς τη δυνατότητα να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, να βελτιώσουν τη λειτουργική αποτελεσματικότητα και να καινοτομήσουν τις προσφορές τους.

Το σκεπτικό αυτής της μελέτης βρίσκεται στο χάσμα μεταξύ του αυξανόμενου ενδιαφέροντος για την υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης για επιχειρηματική στρατηγική και της ανάγκης για εμπειρική έρευνα που τεκμηριώνει τις επιπτώσεις της σε διάφορες πτυχές της στρατηγικής διαχείρισης και του μάνατζμεντ. Ενώ υπάρχει άφθονος θεωρητικός λόγος για το θέμα, οι εμπειρικές έρευνες που εμβαθύνουν στις αποχρώσεις της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης σε επιχειρηματικά περιβάλλοντα του πραγματικού κόσμου είναι σχετικά περιορισμένες. Καθώς οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν αποφάσεις σχετικά με επενδύσεις σε τεχνητή νοημοσύνη, είναι επιτακτική ανάγκη να παρέχουμε γνώσεις βασισμένες σε στοιχεία που καθοδηγούν τις στρατηγικές τους. (Bohn, D. 2017)

Επιπλέον, οι οικονομικές επιπτώσεις της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης είναι σημαντικές. Η κατανομή πόρων για την υλοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης είναι μια στρατηγική επιλογή που απαιτεί προσεκτική εξέταση των πιθανών αποδόσεων και των κινδύνων. Κατανοώντας τους μηχανισμούς μέσω των οποίων η τεχνητή νοημοσύνη επηρεάζει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, την οργανωτική μάθηση και τη συνολική επιχειρηματική απόδοση, οι οργανισμοί μπορούν να λαμβάνουν τεκμηριωμένες αποφάσεις που ευθυγραμμίζονται με τους μακροπρόθεσμους στόχους τους. (Valter, P.; Lindgren, P.; Prasad, R. 2018) Στο ταχέως εξελισσόμενο τοπίο των σύγχρονων οικονομικών και επιχειρήσεων, η σύγκλιση της τεχνολογικής καινοτομίας και της στρατηγικής λήψης αποφάσεων οδήγησε σε μια νέα εποχή που χαρακτηρίζεται από την ενσωμάτωση της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) σε διάφορες πτυχές της οργανωσιακής

λειτουργίας. Σε αυτό το πλαίσιο, αναλύεται μια διεξοδική διερεύνηση του ιστορικού και του σκεπτικού πίσω από τη διερεύνηση των εφαρμογών της τεχνητής νοημοσύνης στη βελτίωση της επιχειρηματικής στρατηγικής είναι απαραίτητη για την κατανόηση των πολύπλευρων επιπτώσεων αυτής της ολοκλήρωσης.

Η τροχιά των επιχειρηματικών στρατηγικών έχει επηρεαστεί σημαντικά από την ψηφιακή επανάσταση, με την τεχνητή νοημοσύνη να αναδεικνύεται ως εξέχον καταλύτης για τον μετασχηματισμό. Καθώς οι οργανισμοί προσπαθούν να πλοηγηθούν σε πρωτοφανή επίπεδα πολυπλοκότητας δεδομένων, αστάθειας της αγοράς και παγκόσμιας διασύνδεσης, η δυνατότητα της τεχνητής νοημοσύνης να αποκρυπτογραφεί μοτίβα, να προβλέπει τάσεις και να βελτιστοποιεί τις λειτουργίες παρουσιάζει μια συναρπαστική πρόταση. Κατά συνέπεια, η εμβάθυνση στις αποχρώσεις του τρόπου με τον οποίο η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να φέρει επανάσταση στην επιχειρηματική στρατηγική είναι ζωτικής σημασίας όχι μόνο για την προσαρμογή στο τρέχον επιχειρηματικό περιβάλλον αλλά και για τον καθορισμό μιας τροχιάς για βιώσιμη ανάπτυξη και καινοτομία. (Antonescu, M. 2018)

Τα υφιστάμενα επιχειρηματικά μοντέλα σύμφωνα με τους Russell, S., & Norvig, P. 2009. βασίζονται συχνά σε ιστορικά δεδομένα και γραμμικές διαδικασίες λήψης αποφάσεων, οι οποίες μπορεί να μην αντιμετωπίσουν τις περιπλοκές της σημερινής διασυνδεδεμένης και πλούσιας σε δεδομένα οικονομίας. Η τεχνητή νοημοσύνη, με την ικανότητά της να αναλύει τεράστια σύνολα δεδομένων σε πραγματικό χρόνο, εισάγει την προοπτική λήψης τεκμηριωμένων αποφάσεων που βασίζονται σε δυναμικές και επίκαιρες πληροφορίες. Αυτή η μετατόπιση από στρατηγικές με γνώμονα την εκ των υστέρων σε στρατηγικές με γνώμονα την πρόβλεψη υπογραμμίζει την επιτακτική ανάγκη για τις επιχειρήσεις να υιοθετήσουν την τεχνητή νοημοσύνη ως εργαλείο για να μεταμορφώσουν το τοπίο λήψης αποφάσεων. (Foss, N.J.; Saebi, T. 2017) Επιπλέον, το σκεπτικό πίσω από τη διερεύνηση των εφαρμογών της τεχνητής νοημοσύνης στην επιχειρηματική στρατηγική υπογραμμίζεται από τη δυνατότητα επαναπροσδιορισμού της έννοιας του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Οι προγνωστικές και ρυθμιστικές ικανότητες του AI προσφέρουν τη δυνατότητα εντοπισμού ανεξερεύνητων ευκαιριών στην αγορά, ενίσχυσης της δέσμευσης πελατών και βελτιστοποίησης της κατανομής πόρων. Σε αυτό το πλαίσιο, η αποσαφήνιση των μηχανισμών μέσω των οποίων η τεχνητή νοημοσύνη συμβάλλει στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι ζωτικής σημασίας για τις επιχειρήσεις να παραμείνουν σχετικές και ανθεκτικές σε μια εξαιρετικά ανταγωνιστική παγκόσμια αγορά.

Το σκεπτικό της έρευνας βάσει μελέτης των Mittelstadt, et al (2016) εκτείνεται πέρα από τον άμεσο επιχειρηματικό αντίκτυπο σε ευρύτερες οικονομικές επιπτώσεις στην διοίκηση και τον μάνατζμεντ. Καθώς η υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης κερδίζει δυναμική, η επιρροή της στη δυναμική της απασχόλησης, τις δομές του κλάδου και την οικονομική ανάπτυξη γίνεται όλο και πιο εμφανής. Η κατανόηση της ισορροπίας μεταξύ των κερδών απόδοσης βάσει της τεχνητής νοημοσύνης και της πιθανής μετατόπισης εργατικού δυναμικού απαιτεί μια ολιστική εξέταση των διαφόρων πτυχών της ενοποίησης της τεχνητής νοημοσύνης, καθιστώντας τη διερεύνηση του ρόλου της τεχνητής νοημοσύνης στην επιχειρηματική στρατηγική τόσο σχετική όσο και επίκαιρη.

Συμπερασματικά, το υπόβαθρο και η λογική για τη διερεύνηση των εφαρμογών της τεχνητής νοημοσύνης στην ενίσχυση της επιχειρηματικής στρατηγικής έχουν τις ρίζες τους στην ανάγκη κατανόησης και αξιοποίησης της μετασχηματιστικής δύναμης της τεχνητής νοημοσύνης σε ένα ταχέως εξελισσόμενο οικονομικό τοπίο. Ερευνώντας τη δυναμική της ολοκλήρωσης της τεχνητής νοημοσύνης, τον αντίκτυπό της στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και τις ευρύτερες οικονομικές της επιπτώσεις, αυτή η έρευνα προσπαθεί να συνεισφέρει πολύτιμες γνώσεις που ενημερώνουν τη λήψη στρατηγικών αποφάσεων και του μάνατζμεντ, ενθαρρύνουν την καινοτομία και τελικά οδηγούν σε βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη.

2.3 Τεχνητή Νοημοσύνη και Μάνατζμεντ στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια, η ενσωμάτωση της Τεχνητής Νοημοσύνης (ΑΙ) σε πρακτικές διαχείρισης έχει αναδειχθεί ως μετασχηματιστική δύναμη σε όλο τον κόσμο, επαναπροσδιορίζοντας τα παραδείγματα των επιχειρηματικών λειτουργιών, της λήψης στρατηγικών αποφάσεων και του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. (Alqahtani, Khan, & Alamri, 2020) Η Ελλάδα, με το μοναδικό της οικονομικό τοπίο και τον αναπτυσσόμενο τομέα τεχνολογίας, παρουσιάζει μια ενδιαφέρουσα μελέτη περίπτωσης για την υιοθέτηση και τον αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση. Αυτό το δοκίμιο εμβαθύνει στις περιπλοκές της διαχείρισης τεχνητής νοημοσύνης στην Ελλάδα, διερευνώντας τις επιπτώσεις, τις προκλήσεις και τις πιθανές οδούς για τη μόχλευση της τεχνητής νοημοσύνης για την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης και της επιχειρηματικής καινοτομίας.

Η έλευση των τεχνολογιών ΑΙ έχει επιφέρει μια βαθιά αλλαγή στον επιχειρηματικό κόσμο, προσφέροντας άνευ προηγουμένου ευκαιρίες για αποτελεσματικότητα, καινοτομία και λήψη αποφάσεων βάσει δεδομένων. (Dhanda, , Kansal, , & Bedi 2021).

Στην Ελλάδα, οι προσπάθειες οικονομικής ανάκαμψης και ψηφιακού μετασχηματισμού μετά τη χρηματοπιστωτική κρίση έθεσαν τις βάσεις ώστε η τεχνητή νοημοσύνη να παίζει καθοριστικό ρόλο στην αναμόρφωση του επιχειρηματικού τοπίου. Από νεοφυείς επιχειρήσεις έως καθιερωμένες εταιρείες, οι ελληνικές επιχειρήσεις αναγνωρίζουν όλο και περισσότερο την αξία της τεχνητής νοημοσύνης στη βελτίωση της λειτουργικής αποτελεσματικότητας, στη βελτίωση των εμπειριών των πελατών και στην προώθηση της καινοτομίας.

Ωστόσο, η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση στην Ελλάδα δεν είναι χωρίς προκλήσεις. Ένα από τα κύρια εμπόδια είναι το χάσμα ψηφιακών δεξιοτήτων, με ένα εργατικό δυναμικό που εξακολουθεί να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της νέας οικονομίας που βασίζεται στην τεχνολογία. Για να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης, οι ελληνικές επιχειρήσεις και οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής έχουν επιφορτιστεί να επενδύσουν σε προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης που επικεντρώνονται στον ψηφιακό γραμματισμό και στις ικανότητες της τεχνητής νοημοσύνης. Επιπλέον, το σχετικά μικρό μέγεθος της ελληνικής αγοράς και οι περιορισμένες επενδύσεις σε έρευνα και ανάπτυξη περιόρισαν ιστορικά την ανάπτυξη τομέων υψηλής τεχνολογίας, συμπεριλαμβανομένης της τεχνητής νοημοσύνης. (Carree, Thurik, 2010)

Παρά αυτές τις προκλήσεις, υπάρχουν πολλά υποσχόμενα σημάδια προόδου και πιθανοί τομείς για ανάπτυξη με γνώμονα την τεχνητή νοημοσύνη. Η ελληνική κυβέρνηση έχει ξεκινήσει πολλά προγράμματα με στόχο τον ψηφιακό μετασχηματισμό και την προώθηση της καινοτομίας, αναγνωρίζοντας τη στρατηγική σημασία της τεχνητής νοημοσύνης για την οικονομική ανάπτυξη. Για παράδειγμα, το σχέδιο ανάκαμψης και ανθεκτικότητας «Greece 2.0» διαθέτει σημαντικά κεφάλαια για την ψηφιοποίηση και την καινοτομία, συμπεριλαμβανομένης της τεχνητής νοημοσύνης. Επιπλέον, το ελληνικό οικοσύστημα startup έχει επιδείξει αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα και δημιουργικότητα, με αρκετές startups με επίκεντρο την τεχνητή νοημοσύνη να προσελκύουν διεθνή προσοχή και επενδύσεις. Αυτές οι νέες εταιρείες δεν είναι μόνο πρωτοπόρες σε εφαρμογές τεχνητής νοημοσύνης σε τομείς όπως το fintech, η τεχνολογία υγείας και το ηλεκτρονικό εμπόριο, αλλά αποτελούν επίσης παράδειγμα για τις παραδοσιακές επιχειρήσεις να ακολουθήσουν το παράδειγμά τους. (Greece 2.0 2021)

Επιπλέον, η εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση στην Ελλάδα έχει τη δυνατότητα να αντιμετωπίσει ορισμένες από τις συγκεκριμένες οικονομικές και

κοινωνικές προκλήσεις της χώρας. Για παράδειγμα, η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να συμβάλει σημαντικά στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας του δημόσιου τομέα, στην καταπολέμηση της φοροδιαφυγής και στην ενίσχυση της τουριστικής βιομηχανίας – έναν κρίσιμο πυλώνα της ελληνικής οικονομίας. Οι λύσεις με τεχνητή νοημοσύνη μπορούν να βοηθήσουν στη βελτιστοποίηση της κατανομής των πόρων, στην εξατομίκευση των τουριστικών εμπειριών και στην παροχή πληροφοριών για την υποστήριξη βιώσιμων τουριστικών πρακτικών.

Η πορεία προς τα εμπρός για τη διαχείριση της τεχνητής νοημοσύνης στην Ελλάδα περιλαμβάνει μια προσπάθεια συνεργασίας μεταξύ της κυβέρνησης, του ακαδημαϊκού κόσμου, των επιχειρήσεων και της διεθνούς κοινότητας. (Greece 2.0 2021) Η ενίσχυση του οικοσυστήματος καινοτομίας, η διευκόλυνση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση και η οικοδόμηση συνεργασιών με παγκόσμιους ηγέτες της τεχνολογίας θα μπορούσαν να επιταχύνουν την υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης και την ενσωμάτωσή της στις πρακτικές διαχείρισης. Επιπλέον, η εστίαση στην ηθική χρήση της τεχνητής νοημοσύνης και η διασφάλιση ότι οι μετασχηματισμοί που βασίζονται στην τεχνητή νοημοσύνη είναι περιεκτικοί και βιώσιμοι θα είναι ζωτικής σημασίας για την απόκτηση εμπιστοσύνης του κοινού και τη διασφάλιση μακροπρόθεσμων οφελών.

Συμπερασματικά, η διαχείριση της τεχνητής νοημοσύνης στην Ελλάδα βρίσκεται σε ένα σταυροδρόμι, με σημαντικές δυνατότητες να οδηγήσει την οικονομική ανάπτυξη, την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα. Αντιμετωπίζοντας τις τρέχουσες προκλήσεις και αξιοποιώντας τις ευκαιρίες που παρουσιάζει η τεχνητή νοημοσύνη, η Ελλάδα μπορεί να τοποθετηθεί ως ηγέτης στην ψηφιακή οικονομία του μέλλοντος. Το ταξίδι της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης στην Ελλάδα αναδεικνύει την ευρύτερη παγκόσμια αφήγηση του τεχνολογικού μετασχηματισμού, υπογραμμίζοντας τη σημασία της προσαρμοστικότητας, της επένδυσης σε ανθρώπινο κεφάλαιο και του στρατηγικού οράματος για την αξιοποίηση της δύναμης της τεχνητής νοημοσύνης.

Κεφάλαιο 3: Ερευνητικές Υποθέσεις

3.1 Εισαγωγή

Σε μια εποχή που χαρακτηρίζεται από άνευ προηγουμένου τεχνολογικές εξελίξεις και δυναμική της αγοράς, η κατανόηση και η αξιοποίηση των εφαρμογών της τεχνητής νοημοσύνης για τη βελτίωση της επιχειρηματικής στρατηγικής έχει τεράστια αξία για την σύγχρονη πραγματικότητα. (Kott Alexander et al 2018) Η μελέτη συμβάλλει στον τομέα της οικονομίας και των επιχειρήσεων γεφυρώνοντας το χάσμα μεταξύ των θεωρητικών εννοιών και της πρακτικής εφαρμογής. Ενώ η βιβλιογραφία παρέχει εννοιολογικά πλαίσια για τον πιθανό αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στην επιχειρηματική στρατηγική, τα εμπειρικά στοιχεία είναι σπάνια. Διεξάγοντας μια ολοκληρωμένη έρευνα, αυτή η μελέτη εμπλουτίζει το σώμα της γνώσης με πραγματικές γνώσεις που τεκμηριώνουν και επεκτείνουν τις υπάρχουσες θεωρίες.

Σε ένα ανταγωνιστικό και ταχέως μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό τοπίο, η τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων είναι πρωταρχικής σημασίας. Οι γνώσεις που αποκτήθηκαν από αυτήν την έρευνα έχουν τη δυνατότητα να καθοδηγήσουν στρατηγικές επιλογές που σχετίζονται με την υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης. Οι ηγέτες επιχειρήσεων, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής και οι διευθυντές μπορούν να αξιοποιήσουν τα ευρήματα για να λάβουν καλά ενημερωμένες αποφάσεις σχετικά με την κατανομή πόρων, τις επενδύσεις τεχνολογίας και τον στρατηγικό σχεδιασμό. Αυτή η μελέτη εξοπλίζει τους υπεύθυνους λήψης αποφάσεων με αξιόπιστες γνώσεις που τους δίνουν τη δυνατότητα να περιηγηθούν στην πολυπλοκότητα της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης. (Dekimpe, M. 2020).

Η υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης έχει την ικανότητα να επαναπροσδιορίσει το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, επιτρέποντας στους οργανισμούς να εξάγουν ουσιαστικές γνώσεις από τεράστιες πηγές δεδομένων και να προβλέπουν τις τάσεις της αγοράς. Αποσαφηνίζοντας τη σχέση μεταξύ ΑΙ και ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, αυτή η μελέτη παρέχει στους οργανισμούς έναν οδικό χάρτη για να βελτιώσουν τη θέση τους

στην αγορά, να καινοτομήσουν τις προσφορές τους και να διαφοροποιηθούν βιώσιμα σε μια πολυσύχναστη αγορά. (Dzyabura, & Hauser, 2019). Η οργανωσιακή μάθηση αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο της προσαρμοστικότητας και της καινοτομίας. Η εξερεύνηση της μελέτης για το πώς η τεχνητή νοημοσύνη επηρεάζει τις οργανωτικές διαδικασίες μάθησης μπορεί να καθοδηγήσει τις εταιρείες στην καλλιέργεια μιας κουλτούρας συνεχούς μάθησης και ανταλλαγής γνώσεων. Οι οργανισμοί μπορούν να αξιοποιήσουν την τεχνητή νοημοσύνη για να διευκολύνουν τη διάδοση της γνώσης, να ενισχύσουν τη συνεργασία και να προωθήσουν ένα περιβάλλον που αγκαλιάζει την αλλαγή και την καινοτομία.

Βάσει μελέτης των Foss, N.J.; Saebi, T. 2017 καθώς οι τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης διαπερνούν διάφορους τομείς, οι γνώσεις της μελέτης μπορούν επίσης να συμβάλουν σε συζητήσεις πολιτικής και ρυθμιστικά πλαίσια. Εξετάζοντας τις ηθικές και νομικές διαστάσεις της ολοκλήρωσης της τεχνητής νοημοσύνης, η έρευνα μπορεί να ενημερώσει τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής σχετικά με τις πιθανές επιπτώσεις και να καθοδηγήσει τη διατύπωση κατευθυντήριων γραμμών που εξισορροπούν την καινοτομία με τους ηθικούς παράγοντες.

Η επιτυχής ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρηματικές στρατηγικές έχει τη δυνατότητα να τροφοδοτήσει την οικονομική ανάπτυξη και να προωθήσει την καινοτομία. Ενισχύοντας τη λειτουργική αποτελεσματικότητα, εκσυγχρονίζοντας τις διαδικασίες και επιτρέποντας τη λήψη αποφάσεων βάσει δεδομένων, η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να καταλύσει την παραγωγικότητα και να συμβάλει στην οικονομική επέκταση. Τα ευρήματα αυτής της μελέτης μπορούν να συμβάλουν σε μια ευρύτερη αφήγηση της μόχλευσης της τεχνολογίας για βιώσιμη οικονομική πρόοδο.

Συμπερασματικά, η σημασία αυτής της μελέτης υπερβαίνει τα ακαδημαϊκά όρια, φθάνοντας στις σφαίρες της στρατηγικής λήψης αποφάσεων, του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, της οργανωτικής δυναμικής, της διαμόρφωσης πολιτικής και της οικονομικής ανάπτυξης. Η εξερεύνηση των εφαρμογών της τεχνητής νοημοσύνης για τη βελτίωση της επιχειρηματικής στρατηγικής έχει τη δυνατότητα να διαμορφώσει το μέλλον των επιχειρηματικών λειτουργιών, να προωθήσει την καινοτομία και να επαναπροσδιορίσει τις παραμέτρους επιτυχίας σε έναν κόσμο που καθοδηγείται όλο και περισσότερο από την τεχνητή νοημοσύνη.

Συνεπώς η παρούσα διατριβή διερευνά την ενσωμάτωση και τον αντίκτυπο της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στη διαχείριση επιχειρήσεων, χρησιμοποιώντας ένα ολοκληρωμένο ερωτηματολόγιο για τη συλλογή δεδομένων από στελέχη και

υπαλλήλους σε διάφορους κλάδους. Αυτή η προσέγγιση αντικατοπτρίζει και επεκτείνεται σε θέματα που βρίσκονται στην υπάρχουσα βιβλιογραφία, όπως οι μελέτες των Davenport, Harris και Morison (2010) με θέμα "Analytics at Work: Smarter Decisions, Better Results", οι οποίες υπογραμμίζουν τη στρατηγική εφαρμογή της ΑΙ στη λήψη αποφάσεων. Ομοίως, οι Bughin, Hazan και Ramaswamy (2017) στο έργο τους "Artificial Intelligence: The Next Digital Frontier?" εμβαθύνει στις μετασχηματιστικές δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρηματικές δραστηριότητες. Η εστίαση του ερωτηματολογίου στις δημογραφικές πληροφορίες, τα λειτουργικά οφέλη της τεχνητής νοημοσύνης, τις ηθικές εκτιμήσεις και τις προκλήσεις κατά την εφαρμογή προσφέρει μια πολύπλευρη ανάλυση, παραλληλισμένη με τις περιεκτικές έρευνες που παρατηρούνται στον ακαδημαϊκό λόγο. Αυτή η μεθοδολογία επιτρέπει μια λεπτή κατανόηση του ρόλου της τεχνητής νοημοσύνης στις σύγχρονες πρακτικές διαχείρισης, συμβάλλοντας πολύτιμες γνώσεις στη συνεχιζόμενη συζήτηση σχετικά με τις δυνατότητες και τους περιορισμούς της τεχνητής νοημοσύνης στον επιχειρηματικό τομέα.

Μετά την έρευνα της εξειδικευμένης βιβλιογραφίας, βρήκαμε πολλαπλές εργασίες σχετικά με τις λογιστικές τεχνικές που θα επαναπροσδιοριστούν και θα επανεφευρευθούν μετά την εφαρμογή των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και δει του ΑΙ. Η κοινή έκθεση που δημοσιεύθηκε από δύο μεγάλες ρυθμιστικές αρχές λογιστικής, την Ένωση Ορκωτών Ορκωτών Λογιστών (ACCA) και το Institute of Management Accounting (IMA), με τίτλο «Digital Darwinism», περιέγραψαν τις τεχνολογικές τάσεις που θα μπορούσαν να επηρεάσουν τον τομέα της ΑΙ: τεχνολογίες ΑΙ, ψηφιακά συστήματα πληρωμής και παράδοσης και εικονική και επαυξημένη πραγματικότητα. (ACCA/IMA2022)

Στο Forbes, ο Chandi εξέτασε τις κορυφαίες τεχνολογίες που μπορούν να επηρεάσουν το μέλλον του ΑΙ και των πλεονεκτημάτων του. Τα πλεονεκτήματα της χρήσης της τεχνολογίας cloud στη λογιστική είναι η απλοποίηση των λογιστικών εγγράφων, η άμεση διαθεσιμότητά τους στους χρήστες και η μείωση του λειτουργικού κόστους.

Η επιλογή των δεδομένων για το ερωτηματολόγιο σχεδιάστηκε στρατηγικά για να συλλάβει μια ευρεία αλλά λεπτομερή προοπτική σχετικά με την ενσωμάτωση και τις επιπτώσεις της Τεχνητής Νοημοσύνης (ΑΙ) στη διαχείριση επιχειρήσεων. Τα δεδομένα 80 ερωτηθέντες, επιλέχθηκαν με βάση τη συνάφειά τους με τους στόχους της μελέτης, καλύπτοντας δημογραφικές μεταβλητές για την κατανόηση του διαφορετικού υπόβαθρου των συμμετεχόντων και συγκεκριμένες ερωτήσεις σχετικά με τις εφαρμογές

τεχνητής νοημοσύνης, τα οφέλη, τις προκλήσεις και τις ηθικές εκτιμήσεις στις πρακτικές διαχείρισης. Αυτή η προσέγγιση εξασφαλίζει μια ολοκληρωμένη ανάλυση, συμβάλλοντας σε μια λεπτή κατανόηση του ρόλου της τεχνητής νοημοσύνης στα σύγχρονα επιχειρηματικά περιβάλλοντα.

3.2 Ερευνητικά Ερωτήματα

Τα ερευνητικά ερωτήματα αποτελούν το θεμέλιο αυτής της μελέτης, καθοδηγώντας την έρευνα σχετικά με την περίπλοκη αλληλεπίδραση μεταξύ Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) και του μάνατζμεντ των επιχειρήσεων. Αυτές οι ερωτήσεις διατυπώνονται προσεκτικά για να αντιμετωπίσουν τις βασικές διαστάσεις της ολοκλήρωσης της τεχνητής νοημοσύνης, τη βελτίωση της στρατηγικής και τις επιπτώσεις τους. Τα ερευνητικά ερωτήματα χρησιμεύουν ως σημεία πυξίδας, κατευθύνοντας τη μελέτη προς μια ολοκληρωμένη κατανόηση του θέματος βάσει της παραπάνω βιβλιογραφίας.

Συνεπώς μπορούν να διατυπωθούν διάφορα ερευνητικά ερωτήματα για την περαιτέρω διερεύνηση και κατανόηση των επιπτώσεων, των προκλήσεων και των ευκαιριών που παρουσιάζει η τεχνητή νοημοσύνη σε αυτό. περιοχή. Αυτά τα ερευνητικά ερωτήματα μπορούν να καθοδηγήσουν μελλοντικές μελέτες για να βασιστούν στα ευρήματα που παρουσιάζονται και να εμβαθύνουν σε συγκεκριμένες πτυχές της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση. Ακολουθούν ορισμένα σχετικά ερευνητικά ερωτήματα που προκύπτουν από την ανάλυση:

1. Πώς η αντίληψη της τεχνητής νοημοσύνης ως κυρίως εργαλείου προσομοίωσης της ανθρώπινης νοημοσύνης επηρεάζει τις στρατηγικές διαχείρισης εντός των ελληνικών επιχειρήσεων;

Αυτή η ερώτηση επιδιώκει να διερευνήσει τις συνέπειες της συντριπτικής συναίνεσης μεταξύ των Ελλήνων διευθυντών ότι η κύρια λειτουργία της τεχνητής νοημοσύνης είναι η προσομοίωση της ανθρώπινης νοημοσύνης και πώς αυτή η αντίληψη διαμορφώνει την ενσωμάτωση και τη χρήση τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρηματικές στρατηγικές.

2. Με ποιους τρόπους μπορεί η τεχνητή νοημοσύνη να συμβάλει στην ενίσχυση των διαδικασιών λήψης αποφάσεων στη διαχείριση των ελληνικών επιχειρήσεων και ποιοι είναι οι αντιληπτοί περιορισμοί;

Δεδομένης της ισχυρής πεποίθησης στη δυνατότητα της τεχνητής νοημοσύνης να παρέχει πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για τεκμηριωμένη λήψη αποφάσεων, αυτή η

ερώτηση στοχεύει στη διερεύνηση των συγκεκριμένων περιοχών στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων όπου η τεχνητή νοημοσύνη είναι πιο ωφέλιμη, καθώς και τυχόν περιορισμούς ή μειονεκτήματα.

3. Ποιες είναι οι βασικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις στην ενσωμάτωση τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης με τα υπάρχοντα συστήματα και πώς μπορούν να αντιμετωπιστούν αυτές οι προκλήσεις;

Με την πλειονότητα των ερωτηθέντων να αναγνωρίζουν τη δυσκολία της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης με τα υπάρχοντα συστήματα ως σημαντική πρόκληση, αυτή η ερώτηση εστιάζει στην κατανόηση αυτών των προκλήσεων ολοκλήρωσης με περισσότερες λεπτομέρειες και στον εντοπισμό στρατηγικών για την αντιμετώπισή τους.

4. Πώς αντιλαμβάνονται οι Έλληνες μάνατζερ τον ρόλο της τεχνητής νοημοσύνης στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας και ποια παραδείγματα επιτυχημένης ενσωμάτωσης τεχνητής νοημοσύνης στις αλυσίδες εφοδιασμού μπορούν να εντοπιστούν;

Λαμβάνοντας υπόψη την ομόφωνη συμφωνία για τον ρόλο της τεχνητής νοημοσύνης στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας, αυτή η ερώτηση εξετάζει τις συγκεκριμένες πτυχές της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας όπου η τεχνητή νοημοσύνη ήταν πιο αποτελεσματική, συμπεριλαμβανομένων περιπτώσεων επιτυχούς ενοποίησης.

5. Ποιους ηθικούς λόγους δίνουν προτεραιότητα οι ελληνικές επιχειρήσεις κατά την εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης σε αποφάσεις διαχείρισης και πώς αντιμετωπίζονται στην πράξη αυτές οι σκέψεις;

Με σημαντική έμφαση στη σημασία της διαφάνειας και της δικαιοσύνης στη λήψη αποφάσεων που υποστηρίζεται από την τεχνητή νοημοσύνη, αυτή η ερώτηση εμβαθύνει στα ηθικά πλαίσια και τις πρακτικές που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις για να διασφαλίσουν ότι αυτές οι αξίες τηρούνται.

6. Σε ποιο βαθμό πιστεύουν οι ελληνικές επιχειρήσεις η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να ενισχύσει την αφοσίωση των πελατών και ποιες στρατηγικές χρησιμοποιούνται για την αξιοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης για αυτόν τον σκοπό;

Δεδομένης της μεγάλης εκτίμησης για τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης να παρέχει εξατομικευμένες συστάσεις και υποστήριξη για την ενίσχυση της αφοσίωσης των πελατών, αυτή η ερώτηση στοχεύει να διερευνήσει τις στρατηγικές και τις τεχνολογίες που χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις για την επίτευξη αυτού του στόχου.

7. Τι δυνατότητες βλέπουν οι Έλληνες μάνατζερ στην τεχνητή νοημοσύνη για τη διαχείριση κινδύνου, συγκεκριμένα για τον εντοπισμό πιθανών απειλών, και πώς χρησιμοποιείται αυτή τη στιγμή η τεχνητή νοημοσύνη σε αυτόν τον τομέα;

Τα παραπάνω ερευνητικά ερωτήματα έχουν σχεδιαστεί για να βασιστούν στα αρχικά ευρήματα, προσφέροντας δυνατότητες για περαιτέρω διερεύνηση του πολύπλευρου ρόλου της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση επιχειρήσεων. Με την αντιμετώπιση αυτών των ερωτημάτων, η μελλοντική έρευνα μπορεί να συμβάλει σε μια πιο λεπτή κατανόηση του αντίκτυπου, των προκλήσεων και των ευκαιριών της τεχνητής νοημοσύνης εντός του ελληνικού επιχειρηματικού πλαισίου και όχι μόνο.

Συνεπώς τα ερευνητικά ερωτήματα στοχεύουν να παρέχουν ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο για τη διερεύνηση των πολύπλευρων πτυχών της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση, που περιλαμβάνει τάσεις υιοθέτησης, επιπτώσεις στην απόδοση, διαδικασίες λήψης αποφάσεων, δυναμική καινοτομίας και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί σε αυτό το μετασχηματιστικό ταξίδι. Συνεπώς τα ερευνητικά ερωτήματα περιλαμβάνουν μια πολύπλευρη εξερεύνηση του ρόλου του ΑΙ στη βελτίωση του μάνατζμεντ των επιχειρήσεων. Αντιμετωπίζοντας αυτά τα ερωτήματα, η μελέτη προσπαθεί να αποκαλύψει την περίπλοκη δυναμική μεταξύ της ενσωμάτωσης ΑΙ, της βελτιστοποίησης του μάνατζμεντ, του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, της οργανωτικής μάθησης και της συνολικής επιχειρηματικής απόδοσης. Η διατύπωση αυτών των ερωτήσεων αντανάκλα τη δέσμευση της μελέτης να παρέχει ολοκληρωμένες γνώσεις που ενημερώνουν τη λήψη αποφάσεων, ενθαρρύνουν την καινοτομία και συμβάλλουν στην πρόοδο της γνώσης στον τομέα της οικονομίας και των επιχειρήσεων.

Κεφάλαιο 4: Μεθοδολογία Έρευνας

4.1 Εισαγωγή

Το τμήμα μεθοδολογίας της μελέτης μας, που εστιάζει στην ενσωμάτωση της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στις πρακτικές διαχείρισης των Ελλήνων στελεχών, υποστηρίζεται από έναν ποσοτικό σχεδιασμό έρευνας. Αυτή η προσέγγιση επιλέχθηκε για τη συστηματική συλλογή και ανάλυση δεδομένων που αντικατοπτρίζουν τις αντιλήψεις, τις εφαρμογές και τις προκλήσεις της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης στο ελληνικό επιχειρηματικό πλαίσιο.

4.2 Ο τύπος της Έρευνας

Η μελέτη βασίζεται στη μεθοδολογία ποσοτικής έρευνας, η οποία είναι καθοριστική για τη διευκόλυνση της αντικειμενικής ανάλυσης δεδομένων μέσω στατιστικών μεθόδων. Αυτή η προσέγγιση χαρακτηρίζεται από τη συλλογή αριθμητικών δεδομένων, τα οποία επιτρέπουν τη μέτρηση και τη στατιστική ανάλυση μεταβλητών για τον εντοπισμό προτύπων, σχέσεων και τάσεων. Η ποσοτική έρευνα είναι ιδιαίτερα κατάλληλη για μελέτες όπως η δική μας, όπου ο στόχος είναι να αξιολογηθεί η έκταση της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση και να ποσοτικοποιηθούν οι στάσεις και οι εμπειρίες των διευθυντών σχετικά με τις τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης.

Ο σχεδιασμός της έρευνας χρησιμεύει ως το προσχέδιο που σκιαγραφεί τη συστηματική προσέγγιση που ακολουθείται για την αντιμετώπιση των ερευνητικών ερωτημάτων και την επίτευξη των στόχων της μελέτης. Σε αυτήν την ενότητα, επεξηγείται η περίπλοκη δομή του σχεδιασμού της έρευνας, περιγράφοντας λεπτομερώς το γενικό πλαίσιο, την επιλεγμένη ερευνητική προσέγγιση και τη μεθοδολογία που χρησιμοποιείται για τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων.

Εικόνα 3: Μεθοδολογία Έρευνας



Το είδος της έρευνας που διεξάγεται σε αυτή τη μελέτη, με επίκεντρο την ενσωμάτωση της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στις πρακτικές διαχείρισης μεταξύ Ελλήνων μάνατζερ, αποτελεί παράδειγμα εφαρμοσμένης, ποσοτικής έρευνας. Αυτή η προσέγγιση διακρίνεται από την έμφαση που δίνει στην χρησιμοποίηση στατιστικών μεθόδων για την ποσοτικοποίηση και ανάλυση μεταβλητών που σχετίζονται με την υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης στον τομέα διαχείρισης των ελληνικών επιχειρήσεων. Η ποσοτική φύση αυτής της έρευνας παρέχει ένα δομημένο πλαίσιο για την αντικειμενική μέτρηση και αξιολόγηση του αντίκτυπου των τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης, επιτρέποντας την εξαγωγή εμπειρικών στοιχείων που μπορούν να ενημερώσουν τόσο τη θεωρία όσο και την πράξη.

Η ποσοτική έρευνα είναι εγγενώς συστηματική, χρησιμοποιώντας αριθμητικά δεδομένα για να αποκαλύψει μοτίβα, συσχετίσεις και πιθανές αιτιώδεις σχέσεις μεταξύ των μεταβλητών. Στο πλαίσιο αυτής της μελέτης, η ποσοτική προσέγγιση επιτρέπει μια αυστηρή εξέταση του βαθμού στον οποίο οι Έλληνες διευθυντές έχουν υιοθετήσει τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης, τους παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις υιοθέτησής τους και τα αντιληπτά οφέλη και προκλήσεις που συνδέονται με την τεχνητή νοημοσύνη στη διαχείριση. Μεταφράζοντας σύνθετες, υποκειμενικές εμπειρίες και στάσεις σε μετρήσιμα δεδομένα, η μελέτη στοχεύει να παρέχει μια σαφή, εμπειρική βάση για την κατανόηση του ρόλου της τεχνητής νοημοσύνης στη σύγχρονη επιχειρηματική διαχείριση στην Ελλάδα. Αυτός ο τύπος έρευνας είναι ιδιαίτερα κατάλληλος για την αντιμετώπιση των στόχων της μελέτης λόγω της ικανότητάς του να παράγει στατιστικά έγκυρα και αξιόπιστα αποτελέσματα που μπορούν να γενικευθούν σε μεγαλύτερο πληθυσμό. Η επιλογή για τη διεξαγωγή ποσοτικής έρευνας καθοδηγείται από την ανάγκη να ποσοτικοποιηθεί η πολύπλοκη δυναμική της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης, παρέχοντας ακριβή, αντικειμενικά

δεδομένα που μπορούν να αναλυθούν για να αποκαλύψουν σημαντικές γνώσεις και τάσεις.

Επιπλέον, η ποσοτική μεθοδολογία που χρησιμοποιείται σε αυτή τη μελέτη είναι καθοριστική για τη διευκόλυνση των συγκρίσεων και της συγκριτικής αξιολόγησης έναντι άλλων μελετών ή συνόλων δεδομένων. Αυτό το συγκριτικό πλεονέκτημα ενισχύει τη συμβολή της μελέτης στον ευρύτερο ακαδημαϊκό λόγο για την τεχνητή νοημοσύνη στη διαχείριση επιχειρήσεων, επιτρέποντας στους ενδιαφερόμενους να τοποθετήσουν τα ευρήματα σε ένα παγκόσμιο πλαίσιο, ενώ εκτιμούν τις μοναδικές πτυχές του ελληνικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

4.3 Το δείγμα και τα όργανα μελέτης

Η ενότητα αυτή της μελέτης μας σχετικά με την ενσωμάτωση της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στις πρακτικές διαχείρισης στην Ελλάδα έχει σχεδιαστεί σχολαστικά για να διασφαλίζει ολοκληρωμένη και αντιπροσωπευτική συλλογή δεδομένων. Αυτή η ενότητα περιγράφει τη συστηματική προσέγγιση που χρησιμοποιήθηκε για τη συλλογή ποσοτικών δεδομένων από Έλληνες διευθυντές, περιγράφοντας λεπτομερώς τη στρατηγική δειγματοληψίας, τη διαδικασία συλλογής δεδομένων και τα μέτρα που λαμβάνονται για τη διασφάλιση της αξιοπιστίας και εγκυρότητας των συλλεγόμενων δεδομένων. Η μελέτη μας στόχευσε σε ένα δείγμα 80 διευθυντών σε διάφορους κλάδους στην Ελλάδα, με στόχο να συλλάβει ένα ευρύ φάσμα προοπτικών για την υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης. Η διαδικασία επιλογής καθοδηγήθηκε από μια τεχνική στρωματοποιημένης δειγματοληψίας, η οποία περιλάμβανε τη διαίρεση του πληθυσμού στόχου σε διακριτές υποομάδες ή στρώματα με βάση τον τύπο του κλάδου. Αυτή η προσέγγιση εξασφάλισε ότι το δείγμα αντιπροσώπευε ένα ευρύ φάσμα τομέων, συμπεριλαμβανομένων των χρηματοοικονομικών, της υγειονομικής περίθαλψης, του τουρισμού, της μεταποίησης και της τεχνολογίας, μεταξύ άλλων.

Η καρδιά της διαδικασίας συλλογής δεδομένων βρίσκεται στον σχολαστικό σχεδιασμό των ερωτηματολογίων. Ένα ολοκληρωμένο ερωτηματολόγιο με 17 σχεδιασμένες ερωτήσεις έχει αναπτυχθεί για να αποτυπώσει μια ολιστική άποψη της ενσωμάτωσης της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων. Οι ερωτήσεις έχουν σχεδιαστεί για να περιλαμβάνουν διαφορετικές διαστάσεις, συμπεριλαμβανομένων των εφαρμογών τεχνητής νοημοσύνης, του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, της οργανωτικής μάθησης, των αποτελεσμάτων απόδοσης και των ηθικών κριτηρίων.

Για να ενισχύσουμε περαιτέρω την αντιπροσωπευτικότητα του δείγματος, χρησιμοποιήσαμε αναλογική κατανομή σε κάθε στρώμα, διασφαλίζοντας ότι ο αριθμός των συμμετεχόντων που επιλέχθηκαν από κάθε κλάδο αντιστοιχεί στην επικράτηση του στο ελληνικό επιχειρηματικό τοπίο. Αυτή η μεθοδολογική αυστηρότητα στη στρατηγική δειγματοληψίας ήταν απαραίτητη για την ελαχιστοποίηση της μεροληψίας δειγματοληψίας και την ενίσχυση της γενίκευσης των ευρημάτων της μελέτης. Τα δεδομένα συλλέχθηκαν μέσω μιας δομημένης διαδικτυακής έρευνας, σχεδιασμένης για τη συλλογή ποσοτικών δεδομένων σχετικά με τις εμπειρίες, τις αντιλήψεις και τις πρακτικές των διευθυντών που σχετίζονται με την τεχνητή νοημοσύνη στη διαχείριση. Η έρευνα περιελάμβανε μια σειρά ερωτήσεων κλειστού τύπου, χρησιμοποιώντας στοιχεία κλίμακας Likert, ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής και κλίμακες κατάταξης για να συλλάβει μια ολοκληρωμένη σειρά δεδομένων σχετικά με την υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης, τα αντιληπτά οφέλη και τις προκλήσεις και τον αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στη λήψη αποφάσεων. - παραγωγική και λειτουργική αποτελεσματικότητα. Παράλληλα η έρευνα σχεδιάστηκε μέσω google forms και διανεμήθηκε μέσω της πλατφορμών μέσων κοινωνικής δικτύωσης, στοχεύοντας διευθυντές με διαφορετικά επίπεδα εμπειρίας και αρμοδιοτήτων σε οργανισμούς που έχουν υιοθετήσει τεχνολογίες AI σε κάποιο βαθμό. Οι συμμετέχοντες διαβεβαιώθηκαν για την ανωνυμία τους και την εμπιστευτικότητα των απαντήσεών τους, ενθαρρύνοντας την ειλικρινή και ακριβή αναφορά των εμπειριών και των απόψεών τους σχετικά με την τεχνητή νοημοσύνη στη διαχείριση

Συμπερασματικά, η διαδικασία συλλογής δεδομένων περιλαμβάνει τη χρήση δομημένων ερωτηματολογίων που περιλαμβάνουν 17 προσεκτικά κατασκευασμένες ερωτήσεις. Αυτά τα ερωτηματολόγια στοχεύουν να συλλάβουν μια ολοκληρωμένη κατανόηση της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης στην επιχειρηματική στρατηγική, την εξερεύνηση εφαρμογών, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, την οργανωτική μάθηση, τα αποτελέσματα απόδοσης και τους ηθικούς παράγοντες. Χρησιμοποιώντας μια συστηματική και μεθοδική προσέγγιση, η διαδικασία συλλογής δεδομένων θέτει τις βάσεις για ισχυρή ανάλυση και ουσιαστικές γνώσεις σχετικά με την περίπλοκη σχέση μεταξύ AI και στρατηγικής λήψης αποφάσεων.

4.4 Ανάλυση Δεδομένων

Η παρούσα ενότητα της μελέτης μας σχετικά με την ενσωμάτωση της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στις πρακτικές διαχείρισης μεταξύ Ελλήνων διευθυντών

χρησιμοποιεί μια εστιασμένη προσέγγιση στη στατιστική ανάλυση χρησιμοποιώντας SPSS (Στατιστικό Πακέτο για τις Κοινωνικές Επιστήμες). Αυτή η ενότητα περιγράφει τις διαδικασίες και τις τεχνικές που χρησιμοποιούνται για την ανάλυση των δεδομένων της έρευνας που συλλέχθηκαν από 80 Έλληνες διευθυντές, εστιάζοντας συγκεκριμένα στις κατανομές συχνοτήτων και στις διαγραμματικές αναπαραστάσεις των δεδομένων που προέρχονται από 16 ερωτήσεις έρευνας.

Μετά τη συλλογή, τα δεδομένα της έρευνας καθαρίστηκαν και προετοιμάστηκαν για ανάλυση στο SPSS. Αυτό το προπαρασκευαστικό βήμα περιελάμβανε τον έλεγχο για ελλειπείς απαντήσεις, τη διασφάλιση της συνέπειας μεταξύ των καταχωρίσεων δεδομένων και την κωδικοποίηση απαντήσεων ανοιχτού τύπου για ποσοτική ανάλυση. Δεδομένου του στόχου της μελέτης να διερευνήσει την έκταση και τη φύση της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης, η ανάλυση δομήθηκε γύρω από τις κατανομές συχνοτήτων και τα διαγράμματα για να παρέχει σαφείς, οπτικές πληροφορίες για τα δεδομένα.

Κατανομές Συχνοτήτων

Η ανάλυση ξεκίνησε με τη δημιουργία κατανομών συχνότητας για καθεμία από τις 16 ερωτήσεις της έρευνας. Οι κατανομές συχνότητας είναι στατιστικές συναρτήσεις που δείχνουν τον αριθμό των παρατηρήσεων (αποκρίσεις στην περίπτωση μας) που εμφανίζονται σε κάθε κατηγορία μιας μεταβλητής. Στο πλαίσιο της μελέτης μας, αυτό περιελάμβανε τον υπολογισμό της συχνότητας και του ποσοστού των απαντήσεων για κάθε επιλογή στις ερωτήσεις της έρευνας, οι οποίες κυμαίνονταν από ερωτήσεις σχετικά με το επίπεδο υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης και εξοικείωσης μεταξύ των διευθυντών έως τις αντιλήψεις για τον αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρηματικές διαδικασίες και στη λήψη αποφάσεων .

Για ερωτήσεις που μετρήθηκαν σε κλίμακες Likert, χρησιμοποιήθηκαν συχνότητες για να απεικονίσουν την κατανομή των απαντήσεων σε διάφορα επίπεδα συμφωνίας ή ικανοποίησης, παρέχοντας πληροφορίες για τη συναίνεση ή την απόκλιση μεταξύ των διευθυντών σχετικά με συγκεκριμένες πτυχές της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση. Ομοίως, για ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, η ανάλυση συχνότητας βοήθησε στον εντοπισμό των περισσότερων και των λιγότερο επιλεγμένων επιλογών, ρίχνοντας φως στις προτιμήσεις, τις εμπειρίες και τις προτεραιότητες των Ελλήνων μάνατζερ σε σχέση με τις τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης.

Διαγραμματικές Αναπαραστάσεις

Για να συμπληρωθούν οι κατανομές συχνοτήτων και να ενισχυθεί η ερμηνευτικότητα των δεδομένων, χρησιμοποιήθηκαν εκτενώς διαγραμματικές αναπαραστάσεις. Δημιουργήθηκαν διαγράμματα, συμπεριλαμβανομένων ραβδόγραμμα, γραφήματα πίτας και ιστογράμματα, για να απεικονίσουν οπτικά την κατανομή των απαντήσεων για κάθε ερώτηση έρευνας. Αυτές οι απεικονίσεις έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στην απεικόνιση των προτύπων και των τάσεων στα δεδομένα, καθιστώντας ευκολότερη την κατανόηση της συνολικής εικόνας της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης και των επιπτώσεων της στις πρακτικές διαχείρισης των ελληνικών επιχειρήσεων. Τα γραφήματα ράβδων ήταν ιδιαίτερα χρήσιμα για τη σύγκριση της συχνότητας των απαντήσεων σε διαφορετικές κατηγορίες για ονομαστικά και τακτικά δεδομένα, όπως οι τύποι τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης που χρησιμοποιούνται ή οι τομείς που αντιπροσωπεύουν οι ερωτηθέντες. Τα γραφήματα πίτας παρείχαν μια σαφή, οπτική ανάλυση της αναλογίας των απαντήσεων για κατηγορικά δεδομένα, προσφέροντας μια άμεση αίσθηση της κατανομής απόψεων ή πρακτικών. Χρησιμοποιήθηκαν ιστογράμματα για δεδομένα διαστημάτων ή αναλογιών, όπως ο αριθμός των ετών που οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τεχνολογίες τεχνητής νοημοσύνης, δείχνοντας την εξάπλωση και την κεντρική τάση των απαντήσεων.

Η ενότητα ανάλυσης δεδομένων, μέσω της χρήσης του SPSS για κατανομές συχνοτήτων και διαγραμματικές αναπαραστάσεις, προσφέρει μια λεπτομερή και προσιτή εξερεύνηση της κατάστασης της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης μεταξύ των Ελλήνων μάντζερ. Αυτή η προσέγγιση όχι μόνο διευκολύνει την απλή ερμηνεία των ποσοτικών δεδομένων που συλλέγονται, αλλά υπογραμμίζει επίσης τις αποχρώσεις και την ποικιλομορφία των εμπειριών και των αντιλήψεων μεταξύ των ερωτηθέντων. Αξιοποιώντας τις αναλυτικές δυνατότητες του SPSS, η μελέτη παρέχει πολύτιμες εμπειρικές γνώσεις για το τρέχον τοπίο και τις μελλοντικές προοπτικές της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης στη διαχείριση επιχειρήσεων στην Ελλάδα.

Κεφάλαιο 5: Αποτελέσματα Έρευνας

5.1 Εισαγωγή

Η ενότητα που ακολουθεί παρουσιάζει μια ανάλυση των απαντήσεων που προέκυψαν από το ερωτηματολόγιο σχετικά με τις "Εφαρμογές της Τεχνητής Νοημοσύνης στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων.". Οι απαντήσεις που συλλέχθηκαν παρέχουν πολύτιμες πληροφορίες για την κατανόηση, τις αντιλήψεις και τις απόψεις των συμμετεχόντων σχετικά με την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στην επιχειρηματική στρατηγική. Τα αποτελέσματα ρίχνουν φως στον βαθμό στον οποίο η τεχνητή νοημοσύνη γίνεται αντιληπτή ως μετασχηματιστικό εργαλείο, τον πιθανό αντίκτυπό της στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και τις προκλήσεις και τις ηθικές εκτιμήσεις που σχετίζονται με την εφαρμογή της. Καθώς εμβαθύνουμε στα αποτελέσματα, αποκτούμε μια βαθύτερη κατανόηση του ρόλου του ΑΙ στη διαμόρφωση στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων και των επιπτώσεων που έχει για διάφορες πτυχές του επιχειρηματικού τοπίου.

5.2 Ανάλυση Δημογραφικών Στοιχείων

Επόμενο βήμα είναι η ανάλυση της Περιγραφικής στατιστικής της μελέτης μας.

Πίνακας 1: Φύλο

Φύλο		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Άντρας	42	52,5	53,8	53,8
	Γυναίκα	36	45,0	46,2	100,0
	Total	78	97,5	100,0	
Missing	System	2	2,5		
Total		80	100,0		

Τα παρεχόμενα δεδομένα παρουσιάζουν την κατανομή κατά φύλο των ερωτηθέντων στην έρευνα. Ακολουθεί μια ανάλυση των δεδομένων:

Σύνολο ερωτηθέντων: Στην έρευνα συμμετείχαν συνολικά 80 ερωτηθέντες.

Κατανομή φύλου: Από το σύνολο των ερωτηθέντων, 78 απαντήσεις ήταν έγκυρες, ενώ 2 απαντήσεις έλειπαν. Μεταξύ των έγκυρων απαντήσεων:

42 ερωτηθέντες (52,5%) ταυτίστηκαν ως «Άντρας» (Άνδρας).

36 ερωτηθέντες (45,0%) ταυτίστηκαν ως "Γυναίκα" (Γυναίκα).

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες για την κατανομή του φύλου στην έρευνα. Μεταξύ έγκυρων απαντήσεων:

Το 53,8% των ερωτηθέντων ήταν άνδρες.

Το 46,2% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες.

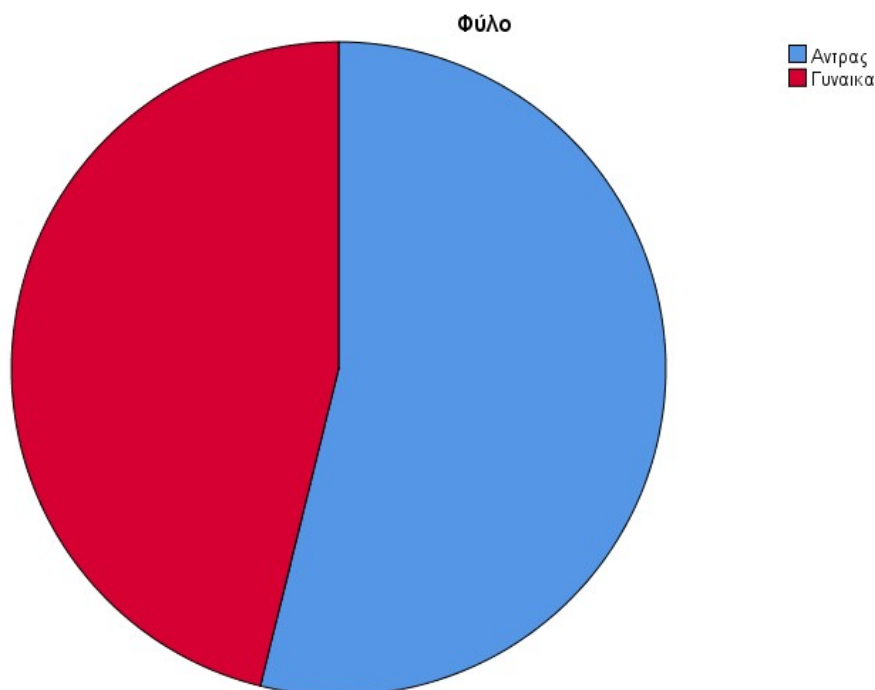
Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά δείχνουν την αναλογία των ερωτηθέντων μέχρι κάθε σημείο. Στο τέλος των στοιχείων:

Το 53,8% των ερωτηθέντων ήταν άνδρες.

Το 100% των ερωτηθέντων ήταν γυναίκες, με το 46,2%.

Τα δεδομένα κατανομής κατά φύλο δείχνουν ότι η έρευνα είχε ελαφρώς υψηλότερη εκπροσώπηση των ανδρών ερωτηθέντων σε σύγκριση με τις γυναίκες. Αυτές οι πληροφορίες θα μπορούσαν να ληφθούν υπόψη κατά την ερμηνεία των αποτελεσμάτων της έρευνας, ειδικά εάν οι προοπτικές που σχετίζονται με το φύλο ενδέχεται να επηρεάσουν τις απαντήσεις στις ερωτήσεις σχετικά με την τεχνητή νοημοσύνη στην επιχειρηματική στρατηγική.

Εικόνα 4: Φύλο



Πίνακας 2: Ηλικία

Ηλικία

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-24	5	6,3	6,8	6,8
	25 -30	6	7,5	8,1	14,9
	30 -45	58	72,5	78,4	93,2
	>46	5	6,3	6,8	100,0
	Total	74	92,5	100,0	
Missing	System	6	7,5		
Total		80	100,0		

Τα δεδομένα που παρέχονται περιγράφουν την κατανομή των ηλικιών των ερωτηθέντων στην έρευνα. Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η έρευνα είχε συνολικά 80 ερωτηθέντες.

Ηλικιακή κατανομή: Από το σύνολο των ερωτηθέντων, 74 απαντήσεις ήταν έγκυρες και 6 απαντήσεις έλειπαν. Μεταξύ των έγκυρων απαντήσεων:

5 ερωτηθέντες (6,3%) εμπίπτουν στο ηλικιακό εύρος «18-24».

6 ερωτηθέντες (7,5%) εμπίπτουν στο ηλικιακό εύρος «25-30».

58 ερωτηθέντες (72,5%) εμπίπτουν στο ηλικιακό εύρος «30-45».

5 ερωτηθέντες (6,3%) ήταν άνω των 46 ετών.

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες για την κατανομή των ερωτηθέντων σε διαφορετικές ηλικιακές κατηγορίες:

Το 6,8% των ερωτηθέντων ήταν μεταξύ 18 και 24 ετών.

Το 8,1% των ερωτηθέντων ήταν μεταξύ 25 και 30 ετών.

Το 78,4% των ερωτηθέντων ήταν μεταξύ 30 και 45 ετών.

Το 6,8% των ερωτηθέντων ήταν άνω των 46 ετών.

Αθροιστικό ποσοστό: Τα σωρευτικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των ερωτηθέντων μέχρι και κάθε ηλικιακό εύρος. Στο τέλος των στοιχείων:

Το 6,8% των ερωτηθέντων ήταν μεταξύ 18 και 24 ετών.

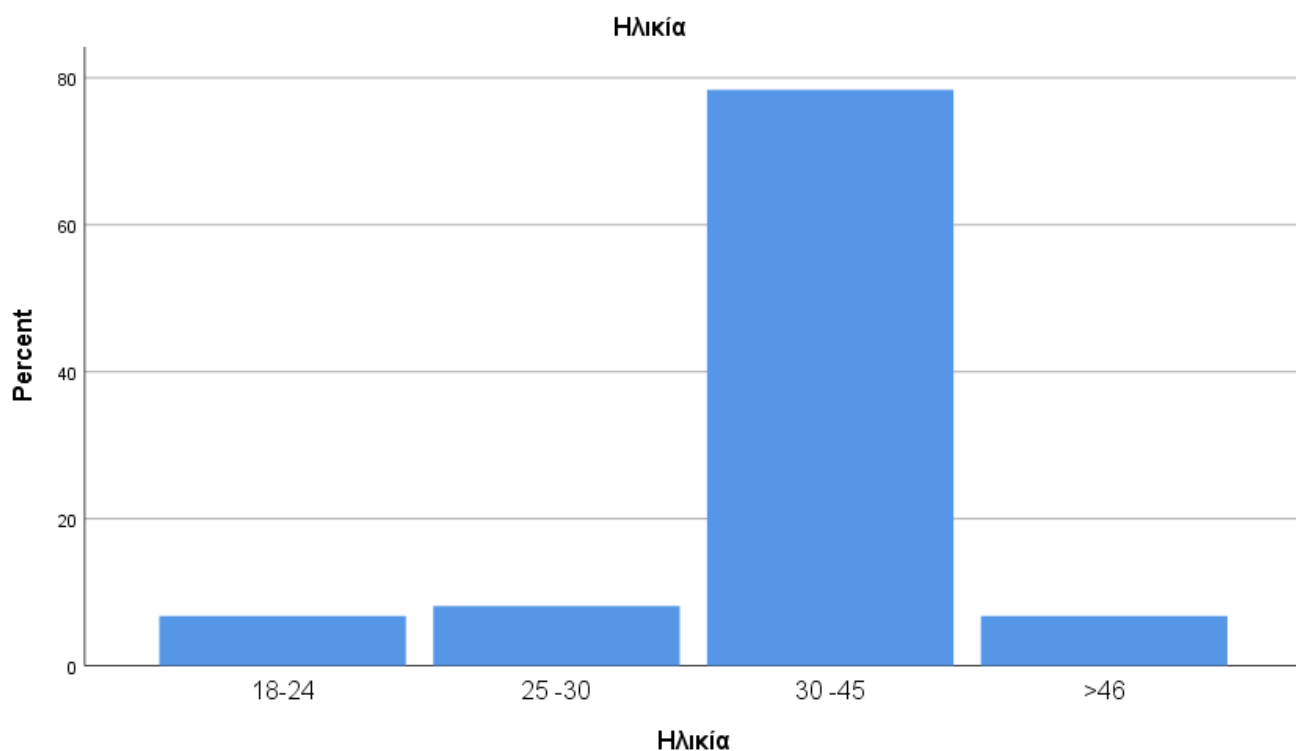
Το 14,9% των ερωτηθέντων ήταν μεταξύ 25 και 30 ετών.

Το 93,2% των ερωτηθέντων ήταν μεταξύ 30 και 45 ετών.

Το 100% των ερωτηθέντων αντιστοιχούσε, με το 6,8% να είναι άνω των 46 ετών.

Τα δεδομένα ηλικιακής κατανομής αποκαλύπτουν ότι η πλειονότητα των ερωτηθέντων ήταν μεταξύ 30 και 45 ετών. Αυτή η κατανομή παρέχει πολύτιμο πλαίσιο για την ερμηνεία των αποτελεσμάτων της έρευνας, καθώς διαφορετικές ηλικιακές ομάδες μπορεί να έχουν διαφορετικά επίπεδα εξοικείωσης και γνώμες σχετικά με τις εφαρμογές της Τεχνητής Νοημοσύνης στην στρατηγική επιχείρησης.

Εικόνα 5: Ηλικία



Πίνακας 3: Επίπεδο σπουδών

Επίπεδο σπουδών

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Πρωτοβάθμια εκπαίδευση	2	2,5	2,5	2,5
Δευτεροβάθμια εκπαίδευση	5	6,3	6,3	8,8
Τριτοβάθμια εκπαίδευση	73	91,3	91,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Τα παρεχόμενα δεδομένα παρουσιάζουν την κατανομή των επιπέδων εκπαίδευσης των ερωτηθέντων στην έρευνα. Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η έρευνα είχε συνολικά 80 ερωτηθέντες.

Κατανομή σε επίπεδο εκπαίδευσης: Από το σύνολο των ερωτηθέντων, και οι 80 απαντήσεις ήταν έγκυρες. Μεταξύ των έγκυρων απαντήσεων:

2 ερωτηθέντες (2,5%) είχαν ολοκληρώσει την «Πρωτοβάθμια εκπαίδευση» (Πρωτοβάθμια εκπαίδευση).

5 ερωτηθέντες (6,3%) είχαν ολοκληρώσει τη «Δευτεροβάθμια εκπαίδευση» (Δευτεροβάθμια εκπαίδευση).

73 ερωτηθέντες (91,3%) είχαν ολοκληρώσει την «Τριτοβάθμια εκπαίδευση» (Τριτοβάθμια εκπαίδευση).

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες για την κατανομή των ερωτηθέντων σε διαφορετικά επίπεδα εκπαίδευσης:

Το 2,5% των ερωτηθέντων είχε ολοκληρώσει την πρωτοβάθμια εκπαίδευση.

Το 6,3% των ερωτηθέντων είχε ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Το 91,3% των ερωτηθέντων είχε ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Αθροιστικό Ποσοστό: Τα σωρευτικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των ερωτηθέντων σε κάθε επίπεδο εκπαίδευσης. Στο τέλος των στοιχείων:

Το 2,5% των ερωτηθέντων είχε ολοκληρώσει την πρωτοβάθμια εκπαίδευση.

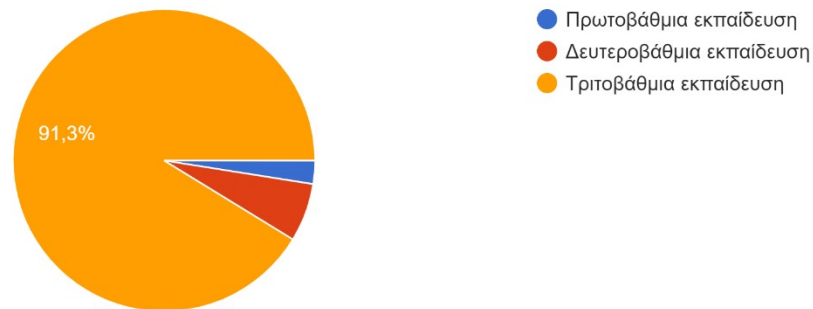
Το 8,8% των ερωτηθέντων είχε ολοκληρώσει τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Το 100% των ερωτηθέντων αντιστοιχούσε, με το 91,3% να έχει ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση.

Τα δεδομένα κατανομής επιπέδου εκπαίδευσης δείχνουν ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων είχε ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση. Αυτό το εκπαιδευτικό υπόβαθρο υποδηλώνει ότι οι ερωτηθέντες είναι πιθανό να έχουν υψηλότερο επίπεδο εξοικείωσης με τις έννοιες που σχετίζονται με την Τεχνητή Νοημοσύνη και τις εφαρμογές της στην επιχειρηματική στρατηγική. Αυτό το πλαίσιο είναι πολύτιμο για την κατανόηση των προοπτικών και των γνώσεων που μπορούν να παρέχουν οι ερωτηθέντες στην έρευνα.

Εικόνα 6: Επίπεδο σπουδών

Επίπεδο σπουδών
80 απαντήσεις



Πίνακας 4: Επάγγελμα

Statistics

Επάγγελμα

N	Valid	80
	Missing	0
Mean		2,16
Median		2,00
Std. Deviation		0,803
Variance		,644
Minimum		1

Επάγγελμα

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Δημόσιος Υπάλληλος	17	21,3	21,3	21,3
	Ιδιωτικός Υπάλληλος	36	45,0	45,0	66,3
	Ελεύθερος επαγγελματίας	24	30,0	30,0	96,3
	Άνεργος	3	3,8	3,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Τα παρεχόμενα δεδομένα παρουσιάζουν την κατανομή των επαγγελμάτων των ερωτηθέντων στην έρευνα. Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η έρευνα είχε συνολικά 80 ερωτηθέντες.

Κατανομή επαγγέλματος: Από το σύνολο των ερωτηθέντων, και οι 80 απαντήσεις ήταν έγκυρες. Μεταξύ των έγκυρων απαντήσεων:

17 ερωτηθέντες (21,3%) ήταν «Δημόσιοι Υπάλληλοι» (Δημόσιοι Υπάλληλοι).

36 ερωτηθέντες (45,0%) ήταν «Ιδιωτικοί Υπάλληλοι» (Ιδιωτικοί Υπάλληλοι).

24 ερωτηθέντες (30,0%) ήταν «Ελεύθεροι επαγγελματίες» (Αυτοαπασχολούμενοι Επαγγελματίες).

3 ερωτηθέντες (3,8%) ήταν «Άνεργοι» (Άνεργοι).

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες για την κατανομή των ερωτηθέντων σε διάφορα επαγγέλματα:

Το 21,3% των ερωτηθέντων ήταν δημόσιοι υπάλληλοι.

Το 45,0% των ερωτηθέντων ήταν ιδιωτικοί υπάλληλοι.

Το 30,0% των ερωτηθέντων ήταν ελεύθεροι επαγγελματίες.

Το 3,8% των ερωτηθέντων ήταν άνεργοι.

Αθροιστικό Ποσοστό: Τα σωρευτικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των ερωτηθέντων για κάθε επάγγελμα. Στο τέλος των στοιχείων:

Το 21,3% των ερωτηθέντων ήταν δημόσιοι υπάλληλοι.

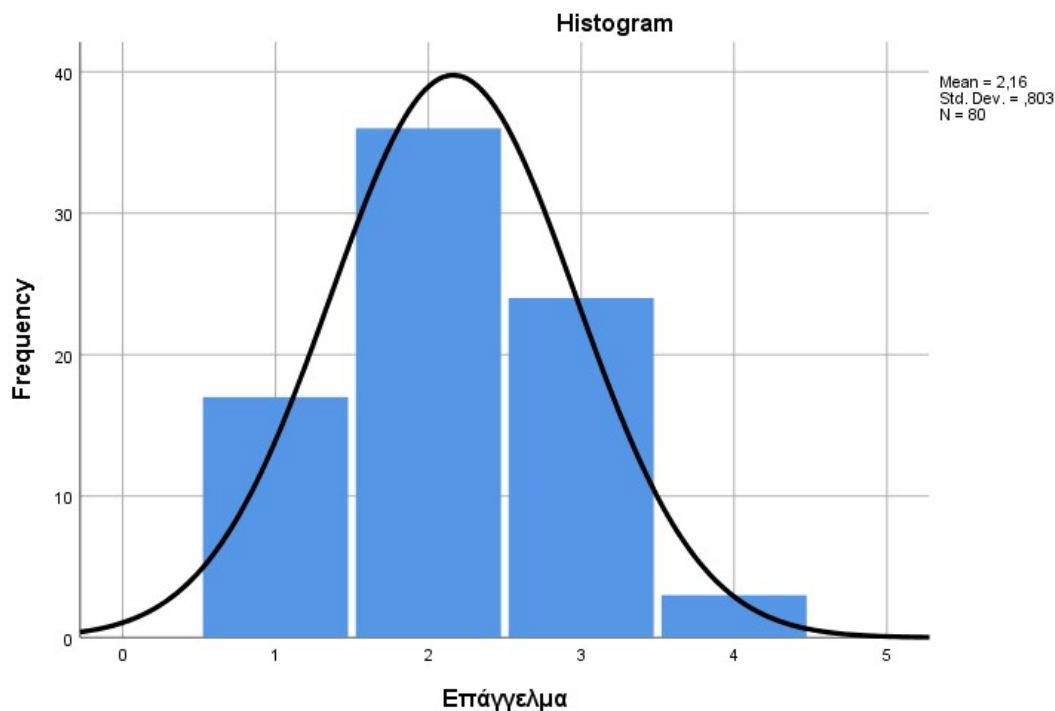
Το 66,3% των ερωτηθέντων ήταν είτε δημόσιοι υπάλληλοι είτε ιδιωτικοί υπάλληλοι.

Το 96,3% των ερωτηθέντων περιλαμβάνονταν, συμπεριλαμβανομένων των αυτοαπασχολούμενων επαγγελματιών.

Το 100% των ερωτηθέντων αντιστοιχούσε, συμπεριλαμβανομένων των ανέργων.

Τα δεδομένα κατανομής επαγγέλματος παρέχουν πληροφορίες για το επαγγελματικό υπόβαθρο των ερωτηθέντων στην έρευνα. Αυτή η ποικιλομορφία στα επαγγέλματα συμβάλλει σε μια ολοκληρωμένη προοπτική σχετικά με τις εφαρμογές της Τεχνητής Νοημοσύνης για την ενίσχυση της επιχειρηματικής στρατηγικής σε διαφορετικούς τομείς του εργατικού δυναμικού.

Εικόνα 7: Επάγγελμα



5.3 Ανάλυση Μελέτης

Επόμενο βήμα είναι η ενδεδειγμένη ανάλυση των ερωτήσεων του κυρίου σώματος του ερωτηματολογίου.

Πίνακας 5: Τι είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI);

Τι είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI);

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid α) Ένας τύπος προηγμένης αριθμομηχανής	2	2,5	2,5	2,5
γ) Η προσομοίωση της ανθρώπινης νοημοσύνης από μηχανές	77	96,3	96,3	98,8
δ) Μια νέα μορφή έργου τέχνης	1	1,3	1,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Τα δεδομένα που παρέχονται παρουσιάζουν απαντήσεις στο ερώτημα: «Τι είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI);». Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η ερώτηση έλαβε συνολικά 80 απαντήσεις.

2 ερωτώμενοι (2,5%) επέλεξαν την επιλογή "α) Ένας τύπος προηγμένης αριθμομηχανής" (A type of advanced calculator).

77 ερωτώμενοι (96,3%) επέλεξαν την επιλογή «γ) Η προσομοίωση της ανθρώπινης νοημοσύνης από μηχανές» (The simulation of human intelligence by machines).

1 ερωτώμενος (1,3%) επέλεξε την επιλογή "δ) Μια νέα μορφή έργου τέχνης" (A new form of artwork).

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των απαντήσεων στην ερώτηση:

Το 2,5% των ερωτηθέντων θεώρησε την τεχνητή νοημοσύνη ως προηγμένη αριθμομηχανή.

Το 96,3% των ερωτηθέντων αναγνώρισε την τεχνητή νοημοσύνη ως προσομοίωση της ανθρώπινης νοημοσύνης από μηχανές.

Το 1,3% των ερωτηθέντων θεώρησε την τεχνητή νοημοσύνη ως μια νέα μορφή έργου τέχνης.

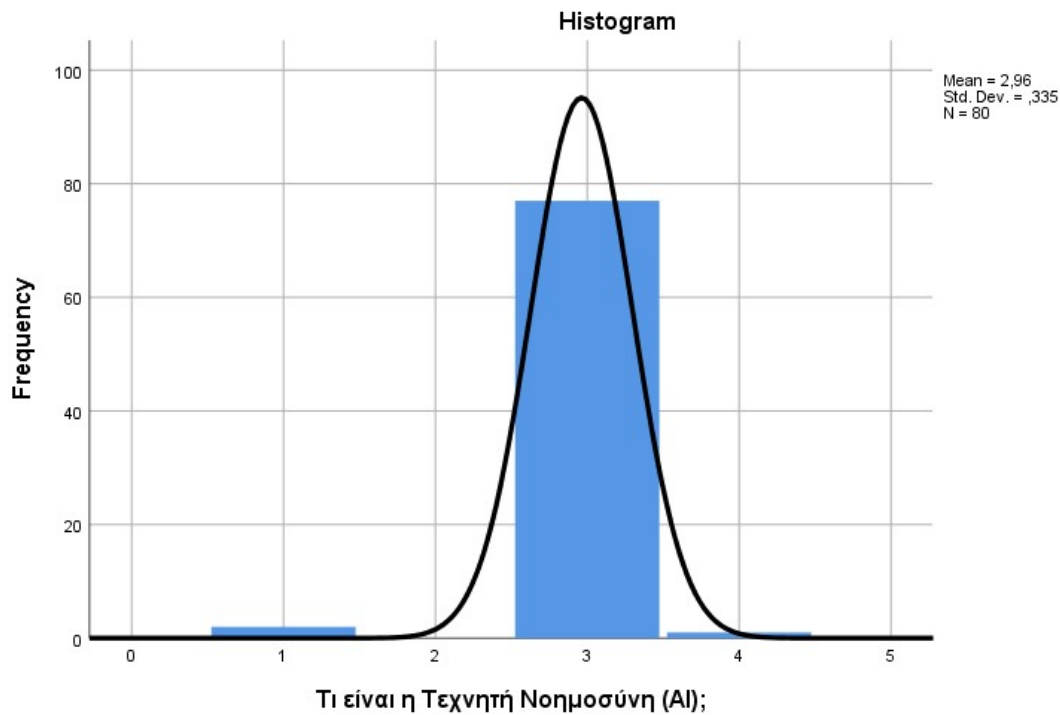
Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των απαντήσεων μέχρι κάθε επιλογή. Στο τέλος των στοιχείων:

Το 98,8% των ερωτηθέντων αναγνώρισε την τεχνητή νοημοσύνη ως προσομοίωση της ανθρώπινης νοημοσύνης από μηχανές.

Το 100% των ερωτηθέντων αντιστοιχούσε, με ένα μικρό ποσοστό να βλέπει την τεχνητή νοημοσύνη ως μια νέα μορφή έργου τέχνης.

Τα δεδομένα δείχνουν ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων αναγνώρισε σωστά την Τεχνητή Νοημοσύνη ως την προσομοίωση της ανθρώπινης νοημοσύνης από μηχανές. Αυτή η κατανόηση είναι σύμφωνη με τον κοινό ορισμό της τεχνητής νοημοσύνης ως τεχνολογίας που στοχεύει να αναπαράγει ανθρώπινες γνωστικές λειτουργίες σε υπολογιστές και μηχανές.

Εικόνα 8: Τι είναι η Τεχνητή Νοημοσύνη (AI);



Πίνακας 6: Πώς μπορεί η τεχνητή νοημοσύνη να συμβάλει στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων

Με κλίμακα από το 1 έως το 5 Πώς μπορεί η τεχνητή νοημοσύνη να συμβάλει στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μεσαία	7	8,8	8,9	8,9
	Αρκετά	32	40,0	40,5	49,4
	Πάρα Πολύ	40	50,0	50,6	100,0
	Total	79	98,8	100,0	
Missing	System	1	1,3		
Total		80	100,0		

Τα παρεχόμενα δεδομένα αντιπροσωπεύουν απαντήσεις στην ερώτηση: " Πώς μπορεί η τεχνητή νοημοσύνη να συμβάλει στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων;" χρησιμοποιώντας μια κλίμακα από το 1 έως το 5. Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η ερώτηση έλαβε συνολικά 80 απαντήσεις.

Κλίμακα απόκρισης:

7 ερωτηθέντες (8,8%) βαθμολόγησαν τη συμβολή της τεχνητής νοημοσύνης στο μάνατζμεντ ως «Μεσαία» (Μεσαία - Βαθμολογία 3).

32 ερωτηθέντες (40,0%) βαθμολόγησαν τη συνεισφορά ως "Αρκετά" (Αρκετά - Βαθμολογία 4).

40 ερωτηθέντες (50,0%) βαθμολόγησαν τη συνεισφορά ως "Πάρα Πολύ" (Πολύ - Βαθμολογία 5).

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες για την κατανομή των απαντήσεων με βάση την κλίμακα: Το 8,8% των ερωτηθέντων θεώρησε τη συμβολή της τεχνητής νοημοσύνης ως «Μεσαία». Το 40,0% των ερωτηθέντων θεώρησε τη συνεισφορά της τεχνητής νοημοσύνης ως «αρκετά». Το 50,0% των ερωτηθέντων θεώρησε τη συνεισφορά της τεχνητής νοημοσύνης ως «Πολύ».

Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των απαντήσεων μέχρι κάθε βαθμολογία. Στο τέλος των στοιχείων:

Το 8,9% των ερωτηθέντων θεώρησε τη συμβολή της τεχνητής νοημοσύνης ως «Μεσαία».

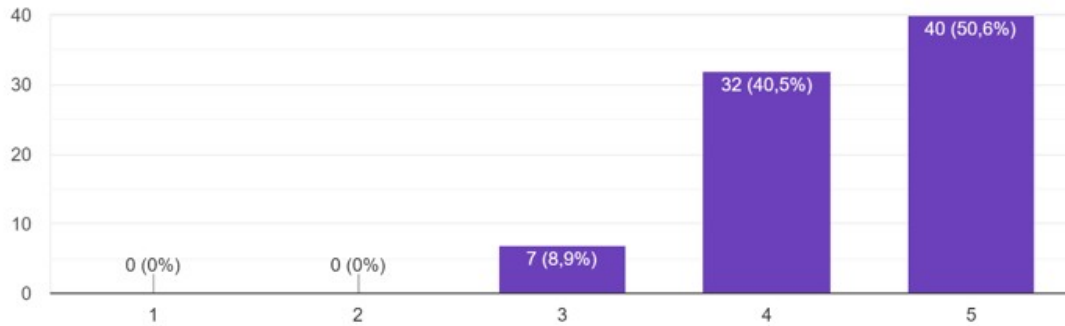
Το 49,4% των ερωτηθέντων θεώρησε τη συνεισφορά της τεχνητής νοημοσύνης ως «αρκετή» ή μεγαλύτερη.

Το 100,0% των ερωτηθέντων μετρήθηκε, με το 50,6% να αξιολογεί τη συνεισφορά της τεχνητής νοημοσύνης ως «Πολύ πολύ».

Τα στοιχεία δείχνουν ότι μια σημαντική μερίδα των ερωτηθέντων πιστεύει ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί να συμβάλει σημαντικά στο μάνατζμεντ, με το 50,0% να αξιολογεί τη συνεισφορά της ως «Πολύ πολύ». Αυτό υποδηλώνει μια ισχυρή θετική αντίληψη για τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης να ενισχύσει το μάνατζμεντ μεταξύ των συμμετεχόντων στην έρευνα.

Εικόνα 9 Πώς μπορεί η τεχνητή νοημοσύνη να συμβάλει στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων;

79 απαντήσεις



Πίνακας 7: Ποιος τομέας μπορεί να βοηθήσει στη βελτιστοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις;

Ποιος τομέας μπορεί να βοηθήσει στη βελτιστοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	β) Πρόβλεψη των τάσεων της αγοράς και της συμπεριφοράς των πελατών	73	91,3	91,3	91,3
	δ) Αύξηση της αναποτελεσματικότητας στις λειτουργίες	7	8,8	8,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Τα δεδομένα που παρέχονται παρουσιάζουν απαντήσεις στο ερώτημα: "Ποιος τομέας μπορεί να βοηθήσει στη βελτιστοποίηση της χρήσης της Τεχνητής Νοημοσύνης στις επιχειρήσεις;" Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η ερώτηση έλαβε συνολικά 80 απαντήσεις. 73 ερωτηθέντες (91,3%) επέλεξαν την επιλογή «β) Πρόβλεψη των τάσεων της αγοράς και της συμπεριφοράς των πελατών» (Πρόβλεψη τάσεων της αγοράς και συμπεριφοράς πελατών). 7 ερωτώμενοι (8,8%) επέλεξαν την επιλογή "δ) Αύξηση της αναποτελεσματικότητας στις λειτουργίες" (Increase in inefficiencies in operations).

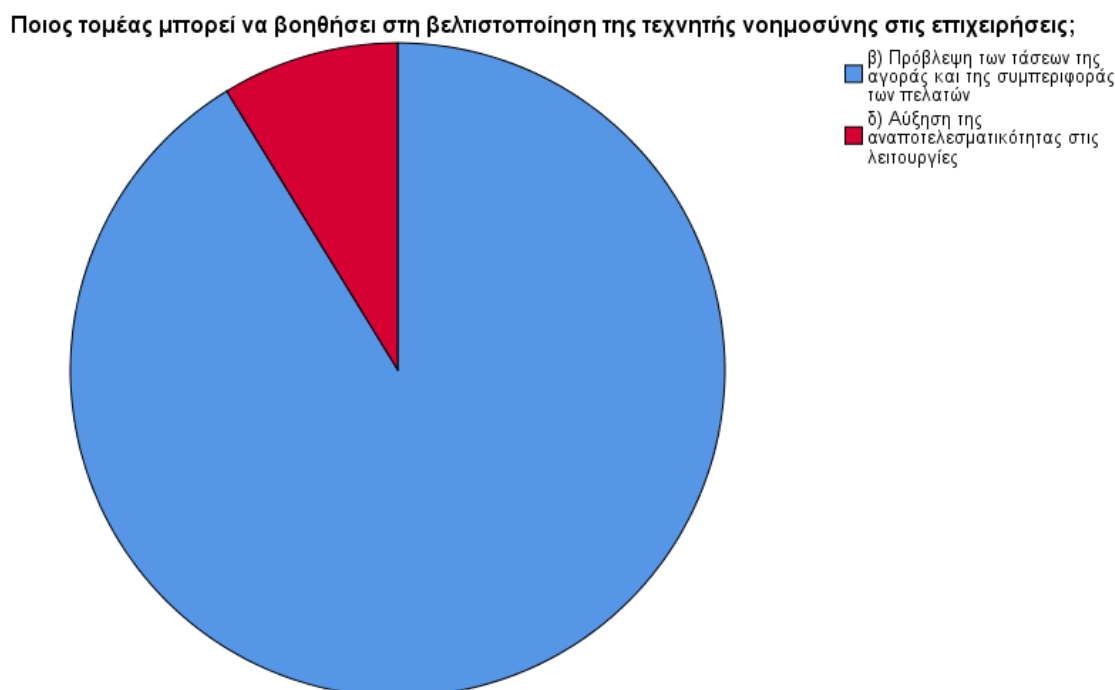
Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των απαντήσεων στην ερώτηση: Το 91,3% των ερωτηθέντων πίστευε ότι η πρόβλεψη των τάσεων της αγοράς και της συμπεριφοράς των πελατών μπορεί να βελτιστοποιήσει τη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις. Το 8,8% των ερωτηθέντων θεώρησε

ότι η τεχνητή νοημοσύνη θα μπορούσε να αυξήσει την αναποτελεσματικότητα στις λειτουργίες.

Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των απαντήσεων μέχρι κάθε επιλογή. Στο τέλος των στοιχείων: Το 91,3% των ερωτηθέντων πίστευε ότι η πρόβλεψη των τάσεων της αγοράς και της συμπεριφοράς των πελατών θα μπορούσε να βελτιστοποιήσει τη χρήση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις. Το 100,0% των ερωτηθέντων αντιστοιχεί, με το 8,8% να θεωρεί ότι η τεχνητή νοημοσύνη θα μπορούσε να αυξήσει την αναποτελεσματικότητα στις λειτουργίες.

Τα στοιχεία αποκαλύπτουν ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (91,3%) πίστευε ότι η πρόβλεψη των τάσεων της αγοράς και της συμπεριφοράς των πελατών θα μπορούσε να βελτιστοποιήσει σημαντικά τη χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης στις επιχειρήσεις. Αυτό υποδηλώνει ισχυρή συναίνεση σχετικά με τη δυνητική αξία της τεχνητής νοημοσύνης στην ενίσχυση των επιχειρηματικών στρατηγικών μέσω καλύτερων γνώσεων και κατανόησης της δυναμικής της αγοράς.

Εικόνα 10: Ποιος τομέας μπορεί να βοηθήσει στη βελτιστοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις;



Πίνακας 8: Πώς επηρεάζουν το μάνατζμεντ οι αναλύσεις δεδομένων που υποστηρίζονται από ΑΙ;

Πώς επηρεάζουν το μάνατζμεντ οι αναλύσεις δεδομένων που υποστηρίζονται από AI;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid α) Επιβραδύνει την επεξεργασία δεδομένων	1	1,3	1,3	1,3
β) Μειώνει την ανάγκη για ανάλυση δεδομένων	8	10,0	10,0	11,3
γ) Παρέχει πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για τεκμηριωμένες αποφάσεις	71	88,8	88,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Τα παρεχόμενα δεδομένα αντιπροσωπεύουν απαντήσεις στην ερώτηση: " Πώς επηρεάζουν το μάνατζμεντ οι αναλύσεις δεδομένων που υποστηρίζονται από AI;" Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η ερώτηση έλαβε συνολικά 80 απαντήσεις.

1 ερωτώμενος (1,3%) επέλεξε την επιλογή "α) Επιβραδύνει την επεξεργασία δεδομένων" (Slows down data processing). 8 ερωτώμενοι (10,0%) επέλεξαν την επιλογή "β) Μειώνει την ανάγκη για ανάλυση δεδομένων" (Μειώνει την ανάγκη για ανάλυση δεδομένων). 71 respondents (88,8 επιλεγμένη επιλογή "γ) Παρέχει πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για τεκμηριωμένες αποφάσεις%)" (Παρέχει πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για ενημερωμένες αποφάσεις).

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των απαντήσεων στην ερώτηση: Το 1,3% των ερωτηθέντων πίστευε ότι οι αναλύσεις δεδομένων που υποστηρίζονται από την τεχνητή νοημοσύνη επιβραδύνουν την επεξεργασία δεδομένων. Το 10,0% των ερωτηθέντων θεώρησε ότι τέτοιες αναλύσεις μειώνουν την ανάγκη για ανάλυση δεδομένων. Το 88,8% των ερωτηθέντων πίστευε ότι αυτές οι αναλύσεις παρέχουν πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για τεκμηριωμένες αποφάσεις.

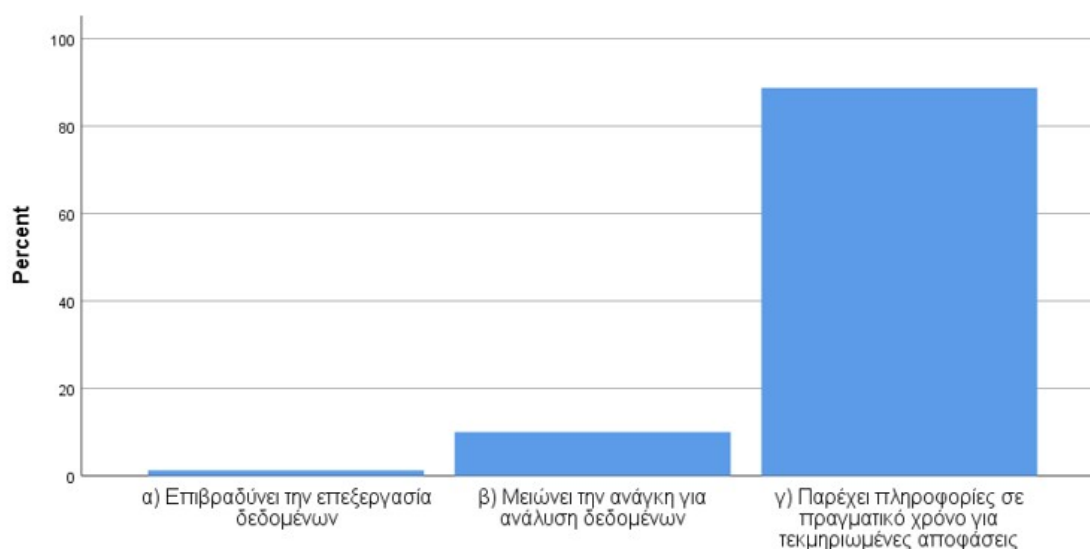
Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των απαντήσεων μέχρι κάθε επιλογή. Στο τέλος των στοιχείων:

Το 11,3% των ερωτηθέντων πίστευε ότι οι αναλύσεις δεδομένων που υποστηρίζονται από την τεχνητή νοημοσύνη είτε επιβραδύνουν την επεξεργασία δεδομένων είτε μειώνουν την ανάγκη για ανάλυση δεδομένων.

Υπολογίστηκε το 100,0% των ερωτηθέντων, με το 88,8% να δηλώνει ότι αυτές οι αναλύσεις παρέχουν πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για τεκμηριωμένες αποφάσεις.

Τα δεδομένα υπογραμμίζουν ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (88,8%) πίστευε ότι οι αναλύσεις δεδομένων που υποστηρίζονται από την τεχνητή νοημοσύνη παρέχουν πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο που επιτρέπουν τη λήψη τεκμηριωμένων αποφάσεων. Αυτό υποδηλώνει μια ισχυρή συναίνεση σχετικά με την αξία των αναλύσεων που βασίζονται σε ΑΙ για την παροχή έγκαιρων και ακριβών πληροφοριών για τη διαμόρφωση επιχειρηματικών στρατηγικών μάνατζμεντ.

Εικόνα 11: Πώς επηρεάζουν το μάνατζμεντ οι αναλύσεις δεδομένων που υποστηρίζονται από ΑΙ;



Πίνακας 9: Τι ρόλο μπορεί να παίξει η τεχνητή νοημοσύνη στην αφοσίωση των πελατών;

Τι ρόλο μπορεί να παίξει η τεχνητή νοημοσύνη στην αφοσίωση των πελατών;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid β) Παροχή εξατομικευμένων συστάσεων και γρήγορης υποστήριξης	78	97,5	97,5	97,5

δ) Αύξηση του κόστους διαφήμισης	2	2,5	2,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Τα παρεχόμενα δεδομένα αντιπροσωπεύουν απαντήσεις στην ερώτηση: "Τι ρόλο μπορεί να παίξει η Τεχνητή Νοημοσύνη στην αφοσίωση των πελατών;" Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η ερώτηση έλαβε συνολικά 80 απαντήσεις..

78 ερωτηθέντες (97,5%) επέλεξαν την επιλογή «β) Παροχή εξατομικευμένων συστάσεων και γρήγορης υποστήριξης» (Παροχή εξατομικευμένων συστάσεων και γρήγορης υποστήριξης). 2 ερωτώμενοι (2,5%) επέλεξαν την επιλογή «δ) Αύξηση του κόστους διαφήμισης» (Αύξηση του κόστους διαφήμισης).

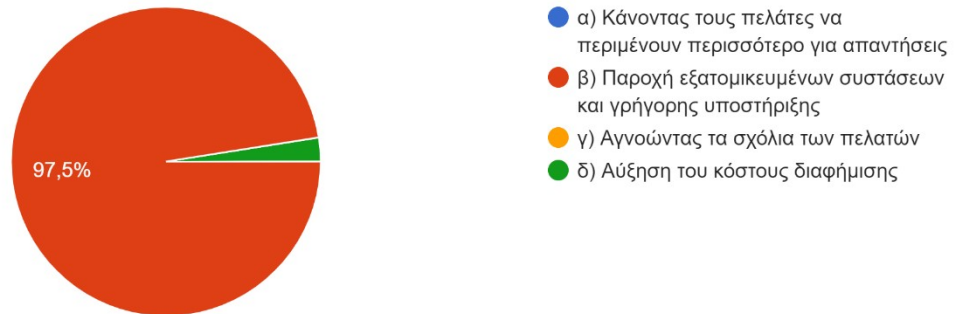
Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των απαντήσεων στην ερώτηση: Το 97,5% των ερωτηθέντων πίστευε ότι η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να παίξει ρόλο στην αφοσίωση των πελατών παρέχοντας εξατομικευμένες συστάσεις και γρήγορη υποστήριξη. Το 2,5% των ερωτηθέντων θεώρησε ότι η τεχνητή νοημοσύνη θα μπορούσε να αυξήσει το κόστος της διαφήμισης.

Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των απαντήσεων μέχρι κάθε επιλογή. Στο τέλος των στοιχείων: Το 97,5% των ερωτηθέντων πίστευε ότι ο ρόλος της τεχνητής νοημοσύνης στην αφοσίωση των πελατών περιλαμβάνει την παροχή εξατομικευμένων συστάσεων και γρήγορης υποστήριξης. Το 100,0% των ερωτηθέντων αντιστοιχεί, με το 2,5% να εξετάζει την πιθανότητα αύξησης του κόστους διαφήμισης από την τεχνητή νοημοσύνη.

Τα δεδομένα αποκαλύπτουν ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (97,5%) πίστευε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη μπορεί να ενισχύσει την αφοσίωση των πελατών προσφέροντας εξατομικευμένες προτάσεις και γρήγορη υποστήριξη πελατών. Αυτό υποδηλώνει μια ευρέως αναγνωρισμένη δυνατότητα για την τεχνητή νοημοσύνη να βελτιώσει την ικανοποίηση και την αφοσίωση των πελατών μέσω εξατομικευμένων αλληλεπιδράσεων και βοήθειας.

Εικόνα 12: Τι ρόλο μπορεί να παίξει η τεχνητή νοημοσύνη στην αφοσίωση των πελατών;

Τι ρόλο μπορεί να παίξει η τεχνητή νοημοσύνη στην αφοσίωση των πελατών;
80 απαντήσεις



Πίνακας 10: Ποιο ηθικό κριτήριο είναι σχετικό όταν χρησιμοποιείται η τεχνητή νοημοσύνη στο μάρκετινγκ;

Ποιο ηθικό κριτήριο είναι σχετικό όταν χρησιμοποιείται η τεχνητή νοημοσύνη στο μάρκετινγκ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid α) Δεν υπάρχουν ηθικές ανησυχίες σχετικά με την τεχνητή νοημοσύνη στις επιχειρήσεις	5	6,3	6,3	6,3
β) Διασφάλιση διαφάνειας και δικαιοσύνης στη λήψη αποφάσεων	68	85,0	85,0	91,3
γ) Αγνοώντας τις ανησυχίες για το απόρρητο των πελατών	6	7,5	7,5	98,8
δ) Αποφυγή ανταγωνισμού στην αγορά	1	1,3	1,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Τα παρεχόμενα δεδομένα αντιπροσωπεύουν απαντήσεις στην ερώτηση: " Ποιο ηθικό κριτήριο είναι σχετικό όταν χρησιμοποιείται η τεχνητή νοημοσύνη στο μάρκετινγκ;"
Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η ερώτηση έλαβε συνολικά 80 απαντήσεις. 5 ερωτηθέντες (6,3%) επέλεξαν την επιλογή "α) Δεν υπάρχουν ηθικές ανησυχίες σχετικά με την

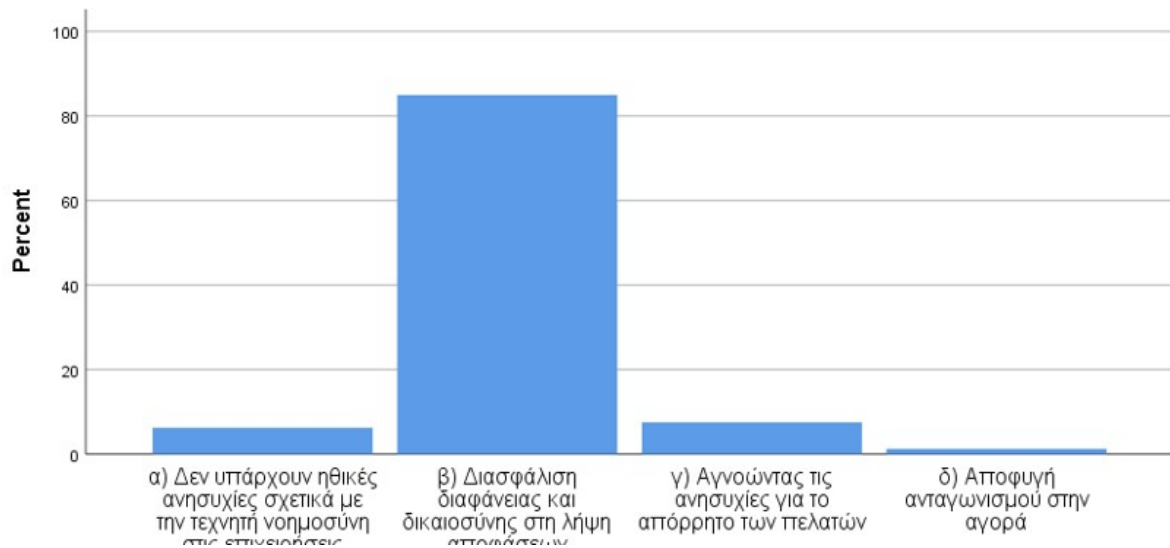
τεχνητή νοημοσύνη στις επιχειρήσεις" (Δεν υπάρχουν ηθικές ανησυχίες σχετικά με την τεχνητή νοημοσύνη στις επιχειρήσεις). 68 ερωτηθέντες (85,0%) επέλεξαν την επιλογή «β) Διασφάλιση διαφάνειας και δικαιοσύνης στη λήψη απάντησης» (Εξασφάλιση διαφάνειας και δικαιοσύνης στη λήψη αποφάσεων). 6 ερωτηθέντες (7,5%) επέλεξαν την επιλογή «γ) Αγνοώντας τις ανησυχίες για το απόρρητο των πελατών» (Παράβλεψη ανησυχιών σχετικά με το απόρρητο των πελατών). 1 ερωτώμενος (1,3%) επέλεξε την επιλογή «δ) Αποφυγή ανταγωνισμού στην αγορά» (Αποφυγή ανταγωνισμού στην αγορά).

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των απαντήσεων στην ερώτηση: Το 6,3% των ερωτηθέντων πίστευε ότι δεν υπάρχουν ηθικές ανησυχίες σχετικά με την τεχνητή νοημοσύνη στις επιχειρήσεις. Το 85,0% των ερωτηθέντων τόνισε τη σημασία της διασφάλισης της διαφάνειας και της δικαιοσύνης στη λήψη αποφάσεων. Το 7,5% των ερωτηθέντων θεώρησε ότι αγνόησε τις ανησυχίες για το απόρρητο των πελατών. Το 1,3% των ερωτηθέντων επέλεξε την επιλογή που σχετίζεται με την αποφυγή του ανταγωνισμού στην αγορά.

Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των απαντήσεων μέχρι κάθε επιλογή. Στο τέλος των στοιχείων: Το 91,3% των ερωτηθέντων πίστευε ότι είτε η διαφάνεια και η δικαιοσύνη είτε η παράβλεψη των ανησυχιών για το απόρρητο ήταν σχετικά ηθικά κριτήρια. Το 100,0% των ερωτηθέντων αντιπροσώπευαν, με ένα μικρό ποσοστό να θεωρεί την αποφυγή του ανταγωνισμού ως ηθικό κριτήριο.

Τα δεδομένα υπογραμμίζουν ότι η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (85,0%) πίστευε ότι η διασφάλιση της διαφάνειας και της δικαιοσύνης στη λήψη αποφάσεων είναι ένα κρίσιμο ηθικό κριτήριο κατά τη χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης στο μάνατζμεντ. Αυτό υποδηλώνει μια ισχυρή αναγνώριση της ανάγκης για υπεύθυνη και ηθική εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης.

Εικόνα 13: Ποιο ηθικό κριτήριο είναι σχετικό όταν χρησιμοποιείται η τεχνητή νοημοσύνη στο μάνατζμεντ;



Πίνακας 11: Παίξει η τεχνητή νοημοσύνη ρόλο στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας;

Παίξει η τεχνητή νοημοσύνη ρόλο στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ναι	78	97,5	97,5	97,5
Όχι	2	2,5	2,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

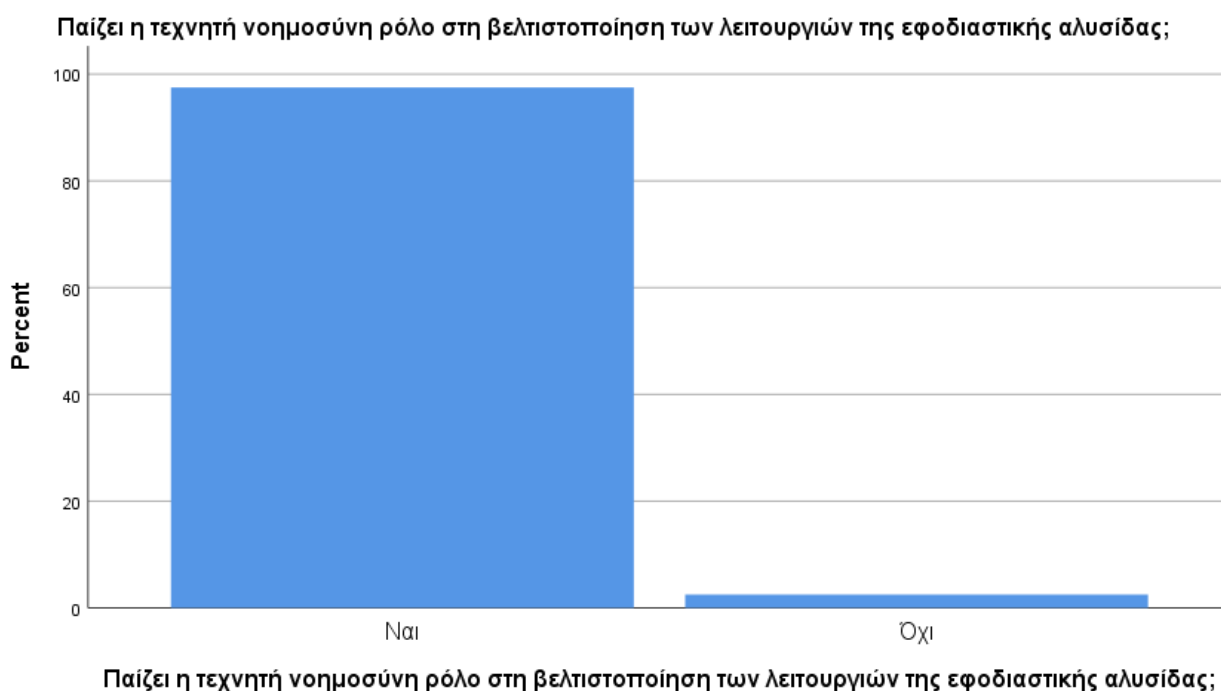
Τα παρεχόμενα δεδομένα αντιπροσωπεύουν απαντήσεις στην ερώτηση: "Η Τεχνητή Νοημοσύνη παίζει ρόλο στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας;" Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η ερώτηση έλαβε συνολικά 80 απαντήσεις. 78 ερωτηθέντες (97,5%) απάντησαν «Ναι» (Ναι), υποδεικνύοντας ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη παίζει όντως ρόλο στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας. 2 ερωτηθέντες (2,5%) απάντησαν «Όχι» (Όχι), υποδηλώνοντας ότι πιστεύουν ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη δεν παίζει ρόλο σε αυτό το πλαίσιο.

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των απαντήσεων στην ερώτηση: Το 97,5% των ερωτηθέντων πίστευε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη παίζει ρόλο στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας. Το 2,5% των ερωτηθέντων ανέφερε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη δεν παίζει ρόλο σε αυτό το πλαίσιο.

Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των απαντήσεων μέχρι κάθε επιλογή. Στο τέλος των στοιχείων: Το 97,5% των ερωτηθέντων πίστευε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη παίζει ρόλο στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας. Το 100,0% των ερωτηθέντων μετρήθηκε, με το 2,5% να δηλώνει ότι δεν παίζει ρόλο. Τα δεδομένα αποκαλύπτουν ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (97,5%) πίστευε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη παίζει πράγματι ρόλο στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας. Αυτό υποδηλώνει ισχυρή συναίνεση σχετικά με τη δυνητική αξία της τεχνητής νοημοσύνης για την ενίσχυση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας της διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Εικόνα 14: Παίζει η τεχνητή νοημοσύνη ρόλο στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας;



Πίνακας 12: Πρέπει οι επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη τη διαφάνεια και τη δικαιοσύνη όταν χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη στη λήψη αποφάσεων του μάνατζμεντ;

Με κλίμακα από το 1 έως το 5 θα πρέπει οι επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη τη διαφάνεια και τη δικαιοσύνη όταν χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη στη λήψη αποφάσεων του μάνατζμεντ;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Μεσαία	2	2,5	2,5	2,5
	Αρκετά	18	22,5	22,5	25,0
	Πάρα Πολύ	60	75,0	75,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Τα παρεχόμενα δεδομένα αντιπροσωπεύουν απαντήσεις στην ερώτηση: "Σε κλίμακα από το 1 έως το 5, πόσο πρέπει οι επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη τη διαφάνεια και τη δικαιοσύνη όταν χρησιμοποιούν την Τεχνητή Νοημοσύνη στη λήψη αποφάσεων;" Ας αναλύσουμε τα δεδομένα: 2 ερωτηθέντες (2,5%) βαθμολόγησαν τη θεώρηση της διαφάνειας και της δικαιοσύνης ως «Μεσαία» (Μεσαία - Βαθμολογία 3). 18 ερωτηθέντες (22,5%) βαθμολόγησαν την αντιπαροχή ως "Αρκετά" (Αρκετά - Βαθμολογία 4). 60 ερωτηθέντες (75,0%) βαθμολόγησαν την εξέταση ως "Πάρα Πολύ" (Πολύ - Βαθμολογία 5).

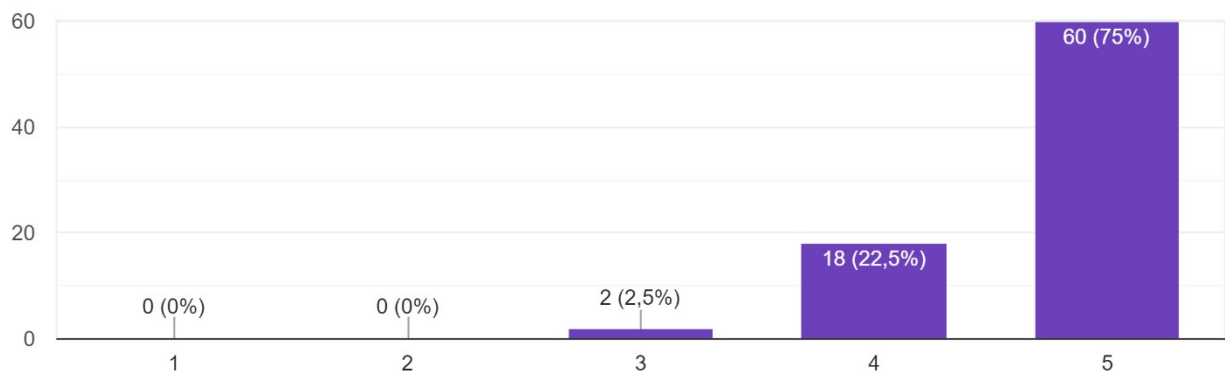
Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες για την κατανομή των απαντήσεων με βάση την κλίμακα: Το 2,5% των ερωτηθέντων θεώρησε ότι η διαφάνεια και η δικαιοσύνη είναι «Μεσαίο». Το 22,5% των ερωτηθέντων θεώρησε την εκτίμηση ως «αρκετή». Το 75,0% των ερωτηθέντων θεώρησε την εκτίμηση ως "Πολύ".

Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των απαντήσεων μέχρι κάθε βαθμολογία. Στο τέλος των στοιχείων: Το 25,0% των ερωτηθέντων θεώρησε ότι η διαφάνεια και η δικαιοσύνη είναι «μέτρια» ή υψηλότερη. Το 100,0% των ερωτηθέντων μετρήθηκε, με το 75,0% να βαθμολογεί την εκτίμηση ως "Πολύ πολύ".

Τα στοιχεία δείχνουν ότι μια σημαντική πλειοψηφία των ερωτηθέντων (75,0%) πίστευε ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να δίνουν πολύ μεγάλη σημασία στη διαφάνεια και τη δικαιοσύνη όταν χρησιμοποιούν την Τεχνητή Νοημοσύνη στη λήψη αποφάσεων. Αυτό υπογραμμίζει τη σημασία της ηθικής και υπεύθυνης χρήσης της τεχνητής νοημοσύνης για τη διασφάλιση δίκαιων και δίκαιων αποτελεσμάτων.

Εικόνα 15: Πρέπει οι επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη τη διαφάνεια και τη δικαιοσύνη όταν χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη στη λήψη αποφάσεων;

Με κλίμακα απο το 1 εως το 5 θα πρέπει οι επιχειρήσεις να λαμβάνουν υπόψη τη διαφάνεια και τη δικαιοσύνη όταν χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη στη λήψη αποφάσεων;
80 απαντήσεις



Πίνακας 13: Ένα σύστημα AI βοηθά στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές;

ένα σύστημα AI βοηθά στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές;

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ναι	80	100,0	100,0	100,0

Τα παρεχόμενα δεδομένα υποδεικνύουν απαντήσεις στη δήλωση: "Μπορεί ένα σύστημα τεχνητής νοημοσύνης να βοηθήσει στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές;" Ας αναλύσουμε τα δεδομένα:

Σύνολο ερωτηθέντων: Η δήλωση έλαβε συνολικά 80 απαντήσεις.

Και οι 80 ερωτηθέντες (100,0%) απάντησαν «Ναι» (Ναι), υποδεικνύοντας ότι πιστεύουν ότι ένα σύστημα τεχνητής νοημοσύνης μπορεί πράγματι να βοηθήσει στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές.

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των απαντήσεων στη δήλωση:

Το 100,0% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι ένα σύστημα τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να βοηθήσει στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές.

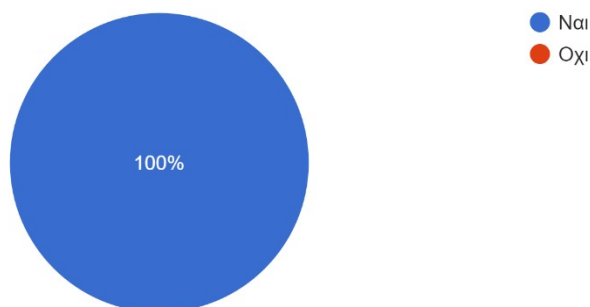
Αθροιστικό ποσοστό: Το αθροιστικό ποσοστό υποδεικνύει το ποσοστό των απαντήσεων μέχρι την επιλογή "Ναι":

Το 100,0% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι ένα σύστημα τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να βοηθήσει στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές.

Τα δεδομένα δείχνουν ξεκάθαρα ότι όλοι οι ερωτηθέντες (100,0%) συμπερίζονται την πεποίθηση ότι ένα σύστημα τεχνητής νοημοσύνης μπορεί να παίξει ρόλο στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές. Αυτό υποδηλώνει την ομόφωνη αναγνώριση των δυνατοτήτων της τεχνητής νοημοσύνης για τη βελτίωση των διαδικασιών αξιολόγησης κινδύνου και μετριασμού.

Εικόνα 16: Ένα σύστημα AI βοηθά στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές;

ένα σύστημα AI βοηθά στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές;
80 απαντήσεις



Πίνακας 14: Ποια πρόκληση μπορεί να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις κατά την εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στις στρατηγικές μάνατζμεντ;

Ποια πρόκληση μπορεί να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις κατά την εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στις στρατηγικές μάνατζμεντ;

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid α) Η τεχνητή νοημοσύνη οδηγεί πάντα σε τέλεια αποτελέσματα	1	1,3	1,3	1,3
β) Δυσκολία ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης με τα υπάρχοντα συστήματα	69	86,3	86,3	87,5

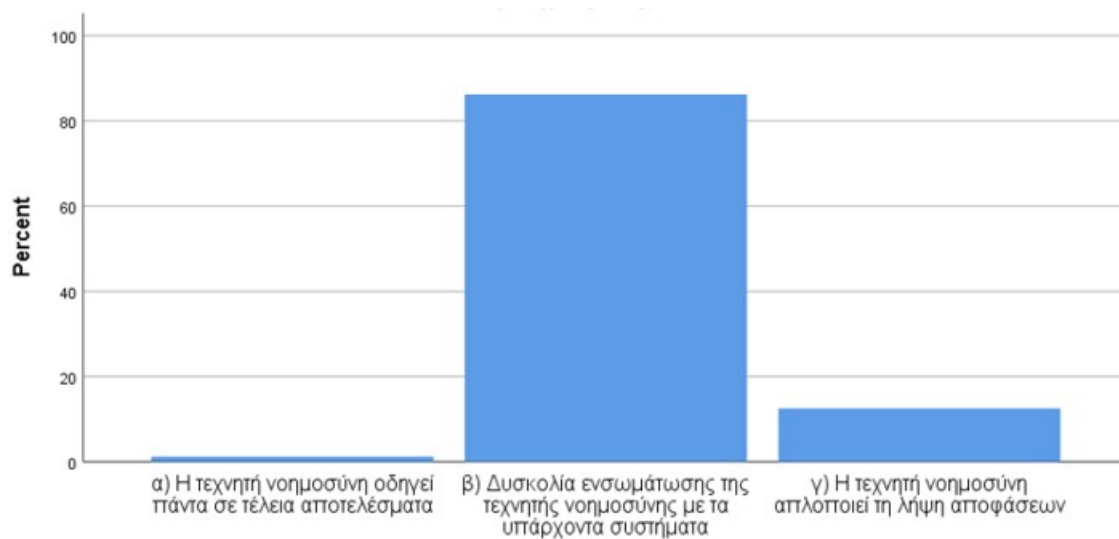
γ) Η τεχνητή νοημοσύνη απλοποιεί τη λήψη αποφάσεων	10	12,5	12,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Τα παρεχόμενα δεδομένα αντιπροσωπεύουν απαντήσεις στο ερώτημα: "Ποια πρόκληση μπορούν να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις όταν εφαρμόζουν την Τεχνητή Νοημοσύνη στις στρατηγικές τους;" Ας αναλύσουμε τα δεδομένα: 1 ερωτώμενος (1,3%) επέλεξε την επιλογή "α) Η τεχνητή νοημοσύνη οδηγεί πάντα σε τέλεια αποτελέσματα" (Η Τεχνητή Νοημοσύνη οδηγεί πάντα σε τέλεια αποτελέσματα). 69 ερωτώμενοι (86,3%) επέλεξαν την επιλογή «β) Δυσκολία ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης με τα υπάρχοντα συστήματα» (Difficulty integrating Artificial Intelligence with existing systems). 10 ερωτηθέντες (12,5%) επέλεξαν την επιλογή «γ) Η τεχνητή νοημοσύνη απλοποιεί τη λήψη της λήψης» (Η τεχνητή νοημοσύνη απλοποιεί τη λήψη αποφάσεων).

Ποσοστά: Τα ποσοστά παρέχουν πληροφορίες σχετικά με την κατανομή των απαντήσεων στην ερώτηση: Το 1,3% των ερωτηθέντων θεώρησε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη οδηγεί πάντα σε τέλεια αποτελέσματα. Το 86,3% των ερωτηθέντων αναγνώρισε τη δυσκολία ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης με τα υπάρχοντα συστήματα ως πρόκληση. Το 12,5% των ερωτηθέντων πίστευε ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη απλοποιεί τη λήψη αποφάσεων.

Αθροιστικό ποσοστό: Τα αθροιστικά ποσοστά υποδεικνύουν την αναλογία των απαντήσεων μέχρι κάθε επιλογή. Στο τέλος των στοιχείων: Το 87,5% των ερωτηθέντων αναγνώρισε ότι η ενοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης με τα υπάρχοντα συστήματα είναι μια πρόκληση. Το 100,0% των ερωτηθέντων συμμετείχε, με το 12,5% να θεωρεί ότι η τεχνητή νοημοσύνη απλοποιεί τη λήψη αποφάσεων.

Εικόνα 17: Ποια πρόκληση μπορεί να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις κατά την εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης στις στρατηγικές μάνατζμεντ;



Κεφάλαιο 6: Επίλογος – Συμπεράσματα

6.1 Συζήτηση

Εν κατακλείδι, οι απαντήσεις της ολοκληρωμένης έρευνας ρίχνουν φως στο περίπλοκο τοπίο της ενσωμάτωσης της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων. Τα δεδομένα υπογραμμίζουν την αυξανόμενη αναγνώριση του μετασχηματιστικού δυναμικού της τεχνητής νοημοσύνης σε διάφορους τομείς, συμπεριλαμβανομένων των οικονομικών, της διαχείρισης και των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας. Οι ερωτηθέντες, που αποτελούνται σε μεγάλο βαθμό από εκπαιδευτικούς στα οικονομικά και τις επιχειρήσεις, έχουν παράσχει διορατικές προοπτικές που αντικατοπτρίζουν τον εξελισσόμενο ρόλο της τεχνητής νοημοσύνης στη διαμόρφωση του επιχειρηματικού τοπίου στο μάνατζμεντ των επιχειρήσεων. Με βάση τη λεπτομερή ανάλυση που παρέχεται από τα αποτελέσματα του SPSS και τα διατυπωμένα ερευνητικά ερωτήματα, ας εμβαθύνουμε σε μια εκτενή και συγκεκριμένη συζήτηση και συμπέρασμα των ευρημάτων της μελέτης, αντιμετωπίζοντας κάθε ερευνητικό ερώτημα υπό το φως των δεδομένων ανάλυσης SPSS:

H1. Αντίληψη της τεχνητής νοημοσύνης ως εργαλείο για την προσομοίωση της ανθρώπινης νοημοσύνης

Η συντριπτική συναίνεση μεταξύ των Ελλήνων διευθυντών ότι η τεχνητή νοημοσύνη λειτουργεί κυρίως για την προσομοίωση της ανθρώπινης νοημοσύνης (96,3% συμφωνία) υπογραμμίζει μια κρίσιμη βάση για την υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρηματικές στρατηγικές. Αυτή η αντίληψη ευθυγραμμίζεται με την ευρύτερη κατανόηση των δυνατοτήτων της τεχνητής νοημοσύνης και υποδηλώνει ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις τείνουν να αξιοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη για σύνθετες διαδικασίες λήψης αποφάσεων, βελτιώσεις αλληλεπίδρασης με τους πελάτες και λειτουργικές αποτελεσματικότητες που απαιτούν γνωστικές λειτουργίες παρόμοιες με την ανθρώπινη νοημοσύνη. Η ευρεία αναγνώριση της τεχνητής νοημοσύνης ως εργαλείου προσομοίωσης της ανθρώπινης νοημοσύνης υπογραμμίζει τις δυνατότητες για καινοτόμες εφαρμογές που μιμούνται τις γνωστικές διαδικασίες, ενισχύοντας έτσι τις στρατηγικές και επιχειρησιακές πτυχές της διαχείρισης.

H2. Η συμβολή της τεχνητής νοημοσύνης στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων

Η πίστη στη δυνατότητα της τεχνητής νοημοσύνης να συμβάλει σημαντικά στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, όπως φαίνεται από το υψηλό ποσοστό των διευθυντών που θεωρούν ότι η τεχνητή νοημοσύνη παρέχει πληροφορίες σε πραγματικό χρόνο για τεκμηριωμένες αποφάσεις (88,8%), τονίζει την αξία που δίνεται στην ικανότητα της τεχνητής νοημοσύνης να επεξεργάζεται και να αναλύει τεράστιες ποσότητες δεδομένων γρήγορα. Αυτή η δυνατότητα είναι ζωτικής σημασίας για την πλοήγηση στα ολοένα πιο πολύπλοκα και δυναμικά επιχειρηματικά περιβάλλοντα στα οποία λειτουργούν οι ελληνικές επιχειρήσεις. Η ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης στη λήψη αποφάσεων όχι μόνο υπόσχεται βελτιωμένη ακρίβεια και αποτελεσματικότητα, αλλά επισημαίνει επίσης την ανάγκη αντιμετώπισης προκλήσεων που σχετίζονται με την ποιότητα των δεδομένων, την ερμηνεία και την ενσωμάτωση των γνώσεων της τεχνητής νοημοσύνης με την ανθρώπινη κρίση.

H3. Προκλήσεις στην ενοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης με τα υπάρχοντα συστήματα

Η πρόκληση της ενσωμάτωσης τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης με τα υπάρχοντα συστήματα, που αναγνωρίζεται από το 86,3% των ερωτηθέντων, αποτελεί σημαντικό εμπόδιο στην υιοθέτηση της τεχνητής νοημοσύνης στις ελληνικές επιχειρήσεις. Αυτή η δυσκολία υποδηλώνει την ανάγκη για στρατηγικές επενδύσεις σε τεχνολογικές υποδομές και εκπαίδευση για να διασφαλιστεί η συμβατότητα και η απρόσκοπτη ενοποίηση. Η υπέρβαση αυτής της πρόκλησης απαιτεί μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που περιλαμβάνει την ενημέρωση των παλαιών συστημάτων, την προώθηση μιας κουλτούρας συνεχούς μάθησης και πιθανώς την υιοθέτηση λύσεων ενδιάμεσου λογισμικού που μπορούν να γεφυρώσουν το χάσμα μεταξύ τεχνολογιών τεχνητής νοημοσύνης και υπάρχουσών πλατφορμών.

H4. Ο ρόλος της τεχνητής νοημοσύνης στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας

Η ομόφωνη συμφωνία για τον ρόλο της τεχνητής νοημοσύνης στη βελτιστοποίηση των λειτουργιών της εφοδιαστικής αλυσίδας υπογραμμίζει τη σημασία της ως μετασχηματιστικού εργαλείου για την ενίσχυση της αποτελεσματικότητας, της διαφάνειας και της ανταπόκρισης στις αλυσίδες εφοδιασμού. Οι ικανότητες της τεχνητής νοημοσύνης στην προγνωστική ανάλυση, την πρόβλεψη ζήτησης και τη διαχείριση αποθεμάτων αναγνωρίζονται ως κρίσιμες για τη μείωση του κόστους, τη βελτίωση της ικανοποίησης των πελατών και τη διευκόλυνση πιο ευέλικτων πρακτικών εφοδιαστικής αλυσίδας. Τα ευρήματα υποδηλώνουν μια ισχυρή δυνατότητα για την

τεχνητή νοημοσύνη να οδηγήσει σε σημαντικές βελτιώσεις στη διαχείριση της εφοδιαστικής αλυσίδας, με επιπτώσεις για ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και βιωσιμότητα.

H5. Δεοντολογικά ζητήματα στην εφαρμογή της τεχνητής νοημοσύνης

Η έμφαση στα ηθικά ζητήματα, ιδιαίτερα η σημασία της διασφάλισης της διαφάνειας και της δικαιοσύνης στη λήψη αποφάσεων που υποστηρίζεται από την τεχνητή νοημοσύνη (85,0%), αντανακλά μια ευρεία ανησυχία μεταξύ των Ελλήνων διευθυντών σχετικά με τις ηθικές επιπτώσεις της τεχνητής νοημοσύνης. Αυτή η ανησυχία απαιτεί την ανάπτυξη δεοντολογικών κατευθυντήριων γραμμών και πρακτικών που αντιμετωπίζουν ζητήματα μεροληψίας, λογοδοσίας και τον αντίκτυπο των αποφάσεων τεχνητής νοημοσύνης στα ενδιαφερόμενα μέρη. Η υιοθέτηση ηθικών πρακτικών τεχνητής νοημοσύνης δεν είναι μόνο ηθική επιταγή, αλλά και απαραίτητη για την οικοδόμηση εμπιστοσύνης και αποδοχής μεταξύ των χρηστών και της ευρύτερης κοινότητας.

H6. Ενίσχυση της αφοσίωσης των πελατών με AI

Η υψηλή αξία που δίνεται στις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης να ενισχύσει την αφοσίωση των πελατών μέσω εξατομικευμένων συστάσεων και υποστήριξης (97,5%) υπογραμμίζει τη στρατηγική σημασία της μόχλευσης της τεχνητής νοημοσύνης για τη διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες. Αυτή η προσέγγιση ευθυγραμμίζεται με την αυξανόμενη ζήτηση για εξατομικευμένες εμπειρίες πελατών και υποδηλώνει ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις επιθυμούν να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης στην ανάλυση δεδομένων, την αναγνώριση προτύπων και την προγνωστική μοντελοποίηση για να εμβαθύνουν την αφοσίωση και την αφοσίωση των πελατών. Τα ευρήματα υποδεικνύουν την ανάγκη για στρατηγικές που αξιοποιούν αποτελεσματικά τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης για την προσαρμογή των αλληλεπιδράσεων και των προσφορών των πελατών, οδηγώντας έτσι στην ικανοποίηση και τη διατήρηση των πελατών.

H7. AI στη Διαχείριση Κινδύνων

Η ομόφωνη πίστη στην ικανότητα της τεχνητής νοημοσύνης να βοηθά στη διαχείριση κινδύνου εντοπίζοντας πιθανές απειλές (100%) υπογραμμίζει τον κρίσιμο ρόλο της τεχνητής νοημοσύνης στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας και της ασφάλειας των επιχειρήσεων. Αυτή η ικανότητα είναι ιδιαίτερα σημαντική στο πλαίσιο της αυξανόμενης ψηφιοποίησης και του περίπλοκου τοπίου κινδύνου που αντιμετωπίζουν

σήμερα οι επιχειρήσεις. Η δυνατότητα της τεχνητής νοημοσύνης να παρέχει έγκαιρη προειδοποίηση για πιθανούς κινδύνους, μέσω συνεχούς παρακολούθησης και ανάλυσης δεδομένων, αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για τις επιχειρήσεις στην προληπτική διαχείριση και μετριασμό των κινδύνων.

Τα ευρήματα από την ανάλυση SPSS που συζητήθηκαν στο πλαίσιο των διατυπωμένων ερευνητικών ερωτημάτων, παρέχουν μια ολοκληρωμένη επισκόπηση της τρέχουσας κατάστασης και των δυνατοτήτων της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων. Ενώ τα αποτελέσματα υπογραμμίζουν τη σημαντική αισιοδοξία και την αναγνώριση των πλεονεκτημάτων της τεχνητής νοημοσύνης, υπογραμμίζουν επίσης προκλήσεις που πρέπει να αντιμετωπιστούν, συμπεριλαμβανομένων των δυσκολιών ενσωμάτωσης, των ηθικών κριτηρίων και της ανάγκης για στρατηγική ευθυγράμμιση. Η υπέρβαση αυτών των προκλήσεων απαιτεί μια συντονισμένη προσπάθεια που περιλαμβάνει επενδύσεις στην τεχνολογία, ανάπτυξη δεξιοτήτων, ηθική διακυβέρνηση και συνεχή καινοτομία. Καθώς οι ελληνικές επιχειρήσεις πλοηγούνται στις πολυπλοκότητες της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης, οι πληροφορίες από αυτήν τη μελέτη προσφέρουν πολύτιμες οδηγίες για τη μόχλευση της τεχνητής νοημοσύνης για την προώθηση στρατηγικών πλεονεκτημάτων, λειτουργικής αποτελεσματικότητας και ενισχυμένης δέσμευσης πελατών, συμβάλλοντας έτσι στη βιώσιμη επιχειρηματική ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα στην ψηφιακή εποχή.

6.2 Περιορισμοί Μελέτης

Η μελέτη για την ενσωμάτωση της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) σε πρακτικές διαχείρισης μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων προσφέρει πολύτιμες γνώσεις για το τρέχον τοπίο, τις αντιλήψεις και τις δυνατότητες της τεχνητής νοημοσύνης στην ενίσχυση των επιχειρηματικών λειτουργιών. Ωστόσο, όπως κάθε έρευνα, αυτή η μελέτη υπόκειται σε ορισμένους περιορισμούς που πρέπει να αναγνωριστούν. Η κατανόηση αυτών των περιορισμών είναι ζωτικής σημασίας για την ακριβή ερμηνεία των ευρημάτων και για την καθοδήγηση μελλοντικών ερευνητικών κατευθύνσεων.

Μέγεθος δείγματος και ποικιλομορφία: Η μελέτη βασίζεται σε δείγμα 80 Ελλήνων διευθυντών, οι οποίοι, ενώ παρέχουν μια στιγμιότυπο της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης, ενδέχεται να μην αντιπροσωπεύουν πλήρως την ποικιλομορφία και την πολυπλοκότητα των βιομηχανιών σε όλη την Ελλάδα. Το

μέγεθος του δείγματος και η σύνθεση περιορίζουν τη γενίκευση των ευρημάτων σε όλους τους τομείς και τα μεγέθη των επιχειρήσεων.

Ποσοτική εστίαση: Η εξάρτηση από ποσοτικά δεδομένα, κυρίως μέσω της χρήσης του SPSS για ανάλυση συχνότητας και διαγραμματικές αναπαραστάσεις, παρέχει μια δομημένη επισκόπηση αλλά μπορεί να παραβλέπει τις αποχρώσεις και τις εμπειρίες των διευθυντών με την τεχνητή νοημοσύνη. Η ποσοτική φύση της μελέτης μπορεί να μην καταγράφει το βάθος των στάσεων, των αντιλήψεων και των παραγόντων που επηρεάζουν την υιοθέτηση και την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης.

Διατομεακός σχεδιασμός: Ο διατομεακός σχεδιασμός της μελέτης προσφέρει ένα συγκεκριμένο στιγμιότυπο σημείο σε χρόνο της ολοκλήρωσης της τεχνητής νοημοσύνης στις ελληνικές επιχειρήσεις. Αυτός ο σχεδιασμός δεν λαμβάνει υπόψη τη δυναμική και εξελισσόμενη φύση της υιοθέτησης τεχνολογίας, συμπεριλαμβανομένων των αλλαγών σε ρυθμιστικά περιβάλλοντα, των τεχνολογικών εξελίξεων και των αλλαγών στις διευθυντικές στάσεις με την πάροδο του χρόνου.

Περιορισμένη Διερεύνηση Δεοντολογικών Θεμάτων: Αν και η μελέτη αναγνωρίζει τη σημασία των ηθικών κριτηρίων στην ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης, παρέχει μια περιορισμένη εξερεύνηση αυτών των περίπλοκων ζητημάτων, συμπεριλαμβανομένων των ανησυχιών για το απόρρητο, της μεροληψίας στους αλγόριθμους τεχνητής νοημοσύνης και του αντίκτυπου στην απασχόληση.

6.3 Μελλοντικές Κατευθύνσεις Έρευνας

Δεδομένων των περιορισμών που εντοπίστηκαν, η μελλοντική έρευνα μπορεί να επεκτείνει και να εμβαθύνει την κατανόησή μας για την τεχνητή νοημοσύνη στις πρακτικές διαχείρισης μέσω πολλών οδών:

Αυξημένο μέγεθος και ποικιλομορφία δείγματος: Μελλοντικές μελέτες θα μπορούσαν να περιλαμβάνουν ένα μεγαλύτερο και πιο ποικίλο δείγμα διευθυντών σε διαφορετικούς τομείς και περιοχές, συμπεριλαμβανομένων των μικρών, μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων, για να ενισχυθεί η αντιπροσωπευτικότητα και η γενίκευση των ευρημάτων.

Διαχρονικές μελέτες: Η διεξαγωγή διαχρονικών μελετών θα επιτρέψει στους ερευνητές να παρακολουθούν τις αλλαγές και τις τάσεις στην υιοθέτηση και την ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης με την πάροδο του χρόνου, παρέχοντας

πληροφορίες για τον εξελισσόμενο αντίκτυπο της τεχνητής νοημοσύνης στις πρακτικές διαχείρισης.

Ποιοτική Έρευνα: Η ενσωμάτωση ποιοτικών μεθόδων έρευνας, όπως συνεντεύξεις και μελέτες περιπτώσεων, θα μπορούσε να παρέχει βαθύτερες γνώσεις για τις εμπειρίες, τις προκλήσεις και τις στρατηγικές των μάνατζερ στην ενσωμάτωση της τεχνητής νοημοσύνης, προσφέροντας μια πλουσιότερη κατανόηση των ποιοτικών πτυχών της υιοθέτησης της τεχνητής νοημοσύνης.

Διερεύνηση ηθικών και κοινωνικών επιπτώσεων: Η μελλοντική έρευνα θα μπορούσε να διερευνήσει ενδελεχέστερα τις ηθικές, κοινωνικές και σχετιζόμενες με την απασχόληση επιπτώσεις της ενσωμάτωσης της τεχνητής νοημοσύνης στις επιχειρήσεις, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξης ηθικών κατευθυντήριων γραμμών και πλαισίων για υπεύθυνη χρήση τεχνητής νοημοσύνης.

Αντίκτυπος στην Επιχειρηματική Απόδοση: Η διερεύνηση των άμεσων και έμμεσων επιπτώσεων της ολοκλήρωσης της τεχνητής νοημοσύνης στην επιχειρηματική απόδοση, την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία θα μπορούσε να προσφέρει πολύτιμες γνώσεις για τους διαχειριστές και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής σχετικά με τη στρατηγική αξία της τεχνητής νοημοσύνης.

Αντιμετωπίζοντας αυτούς τους περιορισμούς και διερευνώντας τις προτεινόμενες μελλοντικές κατευθύνσεις έρευνας, οι μελετητές και οι επαγγελματίες μπορούν να συνεισφέρουν περαιτέρω στο σύνολο των γνώσεων σχετικά με την τεχνητή νοημοσύνη στη διαχείριση, βελτιστοποιώντας τα οφέλη της ενώ παράλληλα αντιμετωπίζει τις προκλήσεις με υπευθυνότητα.

Βιβλιογραφία

- 1)ACCA/IMA2022 . Digital Darwinism: Thriving in the Face of Technology Change. Available online: <https://www.accaglobal.com/in/en/technical-activities/technical-resources-search/2013/october/digital-darwinism.html> (accessed on 28 March 2022).
- 2)Alqahtani, A. M., Khan, M. M., & Alamri, A. (2020). Artificial intelligence in project management: Trends, challenges, and opportunities. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(6), 199-204.
- 3)Antonescu, M. 2018 Are business leaders prepared to handle the upcoming revolution in business artificial intelligence? *Qual. Access Success* 2018, 19, 15–19
- 4)Antons, D. , & Breidbach, C. F. (2018). Big data, big insights? Advancing service innovation and design with machine learning. *Journal of Service Research*, 21 (1), 17–39
- 5)Artificial Intelligence in logistics 2018 , A collaborative report by DHL and IBM on implications and use cases for the logistics industry, 2018
- 6)Bauer, J. , & Jannach, D. (2018). Optimal pricing in e-commerce based on sparse and noisy data. *Decision Support Systems*, 106 , 53–63 .
- 7)Bernard Marr, 2018 The Key Definitions Of Artificial Intelligence (AI) That Explain Its Importance, *Forbes*, Feb 14, 2018
- 8)Bohn, D. 2017 *Google Home: A Speaker to Finally Take on the Amazon Echo*; The Verge; Vox Media: New York, NY, USA, 2017.
- 9)Cambria, E. (2016). Affective computing and sentiment analysis. *IEEE Intelligent Systems*, 31 (2), 102–107

- 10)Carree, M., Thurik, R. (2010), “The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth.” doi:10.1007/978-1-4419-1191-9_20
- 11)Chandi, N. Accounting trends of tomorrow: What You Need to Know. Forbes, 2018, 13A. Available online: <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2018/09/13/accounting-trends-of-tomorrow-what-you-need-to-know/?sh=34f5fb94283b> (accessed on 28 March 2022).
- 12)Chen, Y. , Lee, J. Y. , Sridhar, S. , Mittal, V. , McCallister, K. , & Singal, A. G. (2020). Improving cancer outreach effectiveness through targeting and economic assessments: Insights from a randomized field experiment. *Journal of Marketing*, 84 (3), 1–27
- 13)Crowd G 2017 How Artificial Intelligence is Transforming Product and Machine Design, G2 Crowd January 20, 2017.
- 14)Dhanda, K., Kansal, M., & Bedi, P. (2021). Artificial Intelligence in Project Management: A Bibliometric Analysis. In *Proceedings of the 2021 International Conference on Advances in Computing and Data Sciences* (pp. 1049-1054
- 15)Davenport, T. , & Kalakota, R. (2019). The potential for artificial intelligence in healthcare. *Future healthcare journal*, 6 (2), 94
- 16)Dekimpe, M. (2020). Retailing and retailing research in the age of big data analytics. *International Journal of Research in Marketing*, 37 , 3–14 .
- 17)Dzyabura, D. , & Hauser, J. R. (2019). Recommending products when consumers learn their preferences weights. *Marketing Science*, 38 (3), 365–541 .
- 18)Foss, N.J.; Saebi, T. 2017 Fifteen years of research on business model innovation: How far have we come, and where should we go? *J. Manag.* 2017, 43, 200–227
- 19)Huang, M. H. , & Rust, R. T. (2017). Technology-driven service strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45 (6), 906–924
- 20)Huang, M. H. , & Rust, R. T. (2018). Artificial intelligence in service. *Journal of Service Research*, 21 (2), 155–172 .

- 21)Huang, M. H. , & Rust, R. T. (2020). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49 , 1–21 .
- 22)Jarrahi, M. H. (2018). Artificial intelligence and the future of work: Human-AI symbiosis in organizational decision making. *Business Horizons*, 61(4), 577–586.
- 23)Kott Alexander et a l2018 “Initial Reference Architecture of an Intelligent Autonomous Agent for Cyber Defense”, US Army Research Laboratory, March 2018.
- 24)Kumar, V. , Rajan, B. , Venkatesan, R. , & Lecinski, J. (2019). Understanding the role of artificial intelligence in personalized engagement marketing. *California Management Review*, 61 (4), 135–155
- 25)Lee, M. K. (2018). Understanding perception of algorithmic decisions: Fairness, trust, and emotion in response to algorithmic management. *Big Data & Society*, 5(1)
- 26)Mittelstadt, B. D., Allo, P., Taddeo, M., Wachter, S., & Floridi, L. 2016. The ethics of algorithms: Mapping the debate. *Big Data & Society*, 3(2): 1–21.
- 27)Press, G. 2016. Only Humans Need Apply is a must-read on AI for Facebook executives. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/gilpress/2016/09/21/only-humans-need-apply-isa-must-read-on-ai-for-facebook-executives>. September 21.
- 28)Rai, A., Constantinides, P., & Sarker, S. 2019. Next-generation digital platforms: Toward human-AI hybrids. *MIS Quarterly*, 43: iii–ix.
- 29)Russell, S., & Norvig, P. 2009. *Artificial intelligence: A modern approach* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- 30)Schalko, R.J. (1997) *Artificial Neural Networks*; McGraw-Hill: New York, NY, USA, 1997; Volume 1.
- 31)Tripathi, S. , & Verma, S. (2018). Social media, an emerging platform for relationship build- ing: A study of engagement with nongovernment organizations in India. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 23 (1), e1589

32)Valter, P.; Lindgren, P.; Prasad, R. 2018 Advanced business model innovation supported by artificial intelligence and deep learning. *Wirel. Pers. Commun.* 2018, 100, 97–111.