

ABSTRACT TESI MASTER

Master Universitario in: "ANALISI DATI PER LA BUSINESS INTELLIGENCE E DATA SCIENCE" A.A.2023/2024

Titolo della tesi: Commercio digitale e intelligenza artificiale: un'indagine dell'OICE

Autore: Cristiano Degrandis

ABSTRACT

Il presente lavoro ha come obiettivo principale l'analisi dell'impatto del commercio elettronico: un'esplorazione della sua evoluzione, con un peculiare focus posto sull'integrazione dell'intelligenza artificiale nelle piattaforme di *e-commerce*. In particolare, verrà condotta un'analisi su come l'e-commerce abbia trasformato il modo in cui le aziende operano e i consumatori acquistano beni e servizi, evidenziando la crescita esponenziale di questo settore, specialmente durante e dopo la pandemia di COVID-19.

Il lavoro si concentra sull'operato dell'Osservatorio Italiano per il Commercio Elettronico (OICE) che ha condotto una ricerca, intitolata "IA e consumatori: come l'Intelligenza Artificiale sta sostituendo i motori di ricerca". Quindi, l'elaborato mira a comprendere la percezione delle IA da parte dei consumatori e a mappare le abitudini di acquisto. Valutando le differenze socioeconomiche nell'adozione di tecnologie di automazione come le chatbot e un'analisi esplorativa dei dati, dopo la stesura e la somministrazione di un questionario, la tesi esplora e cerca di segmentare i consumatori in base a caratteristiche demografiche e comportamentali, utilizzando, tramite Python, la *cluster analysis* tramite K-Modes per identificare pattern di somiglianza di opinioni sull'impatto che gli strumenti AI e GenAI hanno sul processo decisionale e l'esperienza d'acquisto sulle piattaforme di vendita. I risultati evidenziano come l'IA stia migliorando l'efficienza dei servizi, personalizzando l'esperienza d'acquisto e influenzando le strategie di marketing delle imprese. Tuttavia, emergono sfide

legate alla fiducia dei consumatori riguardo l'affidabilità di questi sistemi e alla protezione dei dati personali.

Per ultimo, ma non meno importante, nella redazione di questo lavoro ci si pone il compito di sottolineare l'importanza di un approccio equilibrato nell'implementazione dell'IA nel commercio elettronico, bilanciando i benefici con le necessarie misure di tutela della privacy e della trasparenza.