ENTERSOFTONE

Έρευνα

Η AI Ετοιμότητα των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα 2026

Εργαστήριο ELTRUN, ΟΠΑ

Οκτώβριος 2026

ENTERSOFTONE

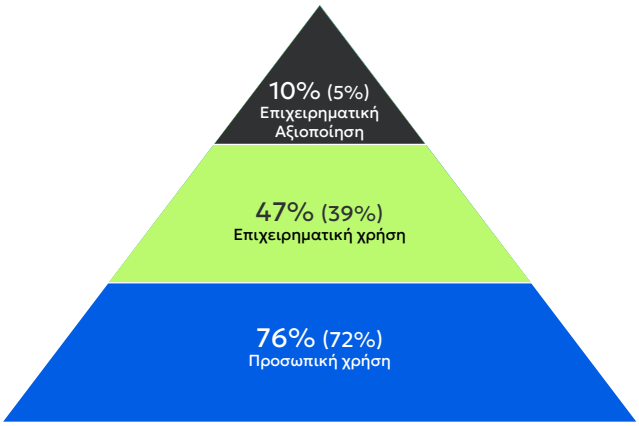
Περιεχόμενα

Σύνοψη	3
Εισαγωγή	5
Ψηφιακή ετοιμότητα και επίπεδα χρήσης του AI	8
Η χρήση εργαλείων AI από τις επιχειρήσεις	13
Αναγκαιότητα αυτοματοποίησης και υιοθέτηση εφαρμογών AI σε βασικές επιχειρηματικές λειτουργίες και διαδικασίες	17
Το Χάσμα μεταξύ Ανάγκης και Ετοιμότητας για την Υιοθέτηση του AI	26
Σημαντικότητα και Χρήση AI ανά Διαδικασία	28
Στρατηγική και Προκλήσεις στην αξιοποίηση του AI	33
Συμπεράσματα	37

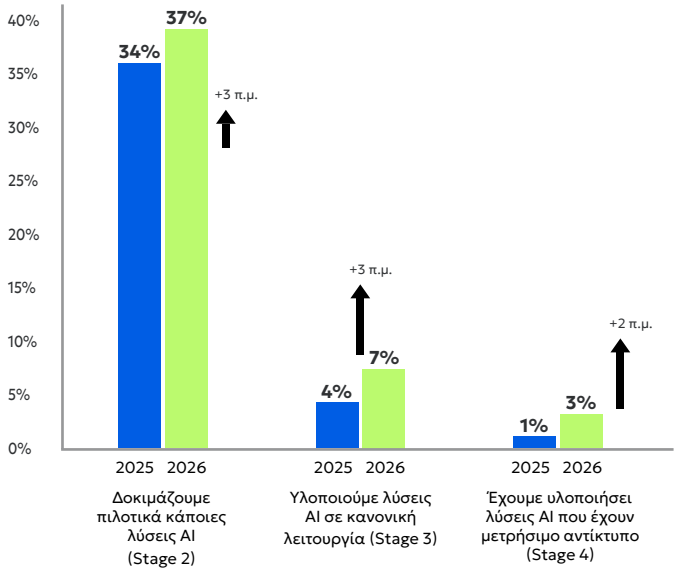
Σύνοψη

1. Ο δείκτης ετοιμότητας AI παραμένει συνολικά χαμηλός, αλλά έχει σημειώσει σημαντική αύξηση

- Σχεδόν 1 στις 2 ΜμΕ (47%) δηλώνει πλέον ότι έχει προχωρήσει σε επιχειρηματική χρήση του AI
- Το 2025 1 στις 3 επιχειρήσεις δήλωνε ότι έχει μπει στη φάση πειραματισμού ή πιλοτικής εφαρμογής λύσεων AI



(% του 2025)



- Ο δείκτης ετοιμότητας AI στις ΜμΕ αυξήθηκε κατά 33% μέσα σε ένα χρόνο, ανεβαίνοντας +5 μονάδες
- Παραμένει όμως μόλις στο 20% του άριστα. Το ζητούμενο είναι το πέρασμα από τις δοκιμές στην καθημερινή, παραγωγική χρήση AI με μετρήσιμα αποτελέσματα

Δείκτης Ετοιμότητας AI: Χαμηλός, αλλά με 33% ετήσια αύξηση



Πώς διαβάζεται ο δείκτης
Κάθε επιχείρηση βαθμολογείται με βάση το στάδιό της: Πιλοτική χρήση = 1, Κανονική λειτουργία = 2, Μετρήσιμος αντίκτυπος = 3 (αρχικά στάδια = 0).

Ο δείκτης είναι ο σταθμισμένος μέσος σε κλίμακα από 0 έως 100, όπου 100 = όλες οι επιχειρήσεις σε πλήρη λειτουργία με μετρήσιμο αντίκτυπο.

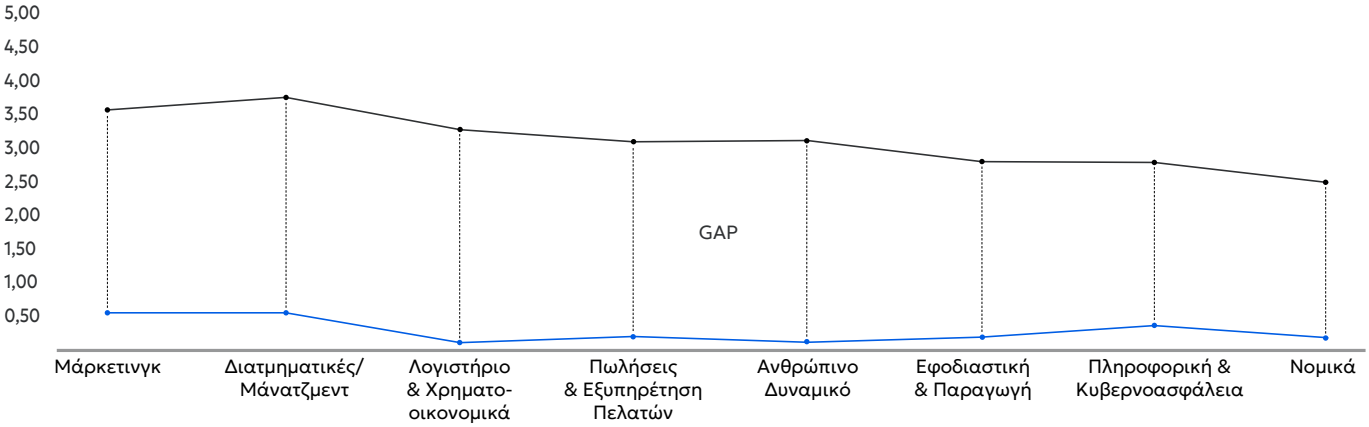
Μεταβολή 2025 → 2026
+5 μονάδες (+33%)

Η ετοιμότητα αυξάνεται (15 → 20), όμως βρίσκεται μόλις στο 20% του άριστα. Για τις μικρές επιχειρήσεις το ζητούμενο είναι το πέρασμα από τις δοκιμές στην καθημερινή, παραγωγική χρήση AI με μετρήσιμα αποτελέσματα.

2. Η αναγκαιότητα αυτοματοποίησης υπερβαίνει κατά πολύ την υιοθέτηση AI

Σε όλες τις λειτουργίες η αναγκαιότητα αυτοματοποίησης (περίπου (από 2,7 έως 3,6 στα 5) ξεπερνά την υιοθέτηση (κάτω από 0,7 στα 5).

Δείκτης Αναγκαιότητας Αυτοματοποίησης VS Δείκτης Υιοθέτησης AI ανά Επιχειρηματική Λειτουργία



Σημείωση: ο Δείκτης Υιοθέτησης έχει κανονικοποιηθεί σε κλίμακα 0 έως 5 (μέση υιοθέτηση ανά use case επί 5), ώστε να συγκρίνεται με τον Δείκτη Αναγκαιότητας.

Το χάσμα αυτό αποτελεί το μεγαλύτερο περιθώριο ανάπτυξης.

3. Η εκπαίδευση περνά από την πρόθεση στην πράξη

- 1 στις 10 ΜμΕ έχει ήδη υλοποιήσει κάποια εκπαίδευση στο AI και 1 στις 4 την έχει προγραμματίσει
- 6 στις 10 επιχειρήσεις παραμένουν ακόμη στο «ενδιαφέρον» χωρίς δράση

Σύγκριση με πέρυσι (2025 → 2026)

Ήδη υλοποιημένη: 5% → 10% ▲ 5
Προγραμματισμένη: 15% → 25% ▲ 10
Ενδιαφέρον (μέλλον): 75% → 61% ▼ 14
Χωρίς ενδιαφέρον: 5% → 4% ▼ 1



Εισαγωγή

Η πανελλήνια ποσοτική έρευνα «AI Readiness Index 2026» αποτυπώνει, για δεύτερη συνεχή χρονιά, το βαθμό ετοιμότητας των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων (10–50 εργαζόμενοι) να αξιοποιήσουν την Τεχνητή Νοημοσύνη (AI) στις βασικές επιχειρησιακές τους λειτουργίες. Παράλληλα, διερευνά τις προτεραιότητες, τις επενδυτικές προθέσεις και τα εμπόδια που επηρεάζουν την υιοθέτηση των τεχνολογιών AI σε όλους τους βασικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, όπως το εμπόριο, η μεταποίηση, ο τουρισμός και η εστίαση, καθώς και οι υπηρεσίες. Η επανάληψη της έρευνας επιτρέπει την άμεση σύγκριση με τα ευρήματα του 2025, αναδεικνύοντας τις σημαντικότερες μεταβολές και τις τάσεις που διαμορφώνονται στην πορεία του ψηφιακού μετασχηματισμού των ελληνικών επιχειρήσεων. Η μελέτη πραγματοποιήθηκε από το **Εργαστήριο Ηλεκτρονικού Εμπορίου και Ηλεκτρονικού Επιχειρείν (ELTRUN)** του **Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών,** υπό την **επιστημονική καθοδήγηση του Καθηγητή Γεώργιου Δουκίδη, του Δρ. Τιμολέοντα Φαρμάκη και της Δρ. Κατερίνας Φραϊδάκη,** για λογαριασμό της εταιρείας **ENTERSOFTONE.**

Στο πλαίσιο της φετινής έρευνας πραγματοποιήθηκαν συνεντεύξεις με 350 ιδιοκτήτες, επιχειρηματίες και ανώτερα διοικητικά στελέχη ΜμΕ με 10–50 εργαζόμενους από όλη την ελληνική επικράτεια. Το δείγμα καλύπτει όλες τις γεωγραφικές περιφέρειες (37% Αττική, 23% Μακεδονία & Θεσσαλονίκη, 40% υπόλοιπη Ελλάδα) και τους σημαντικότερους επιχειρηματικούς κλάδους (25% χονδρικό/λιανικό εμπόριο, 22% υπηρεσίες, 15% τουρισμός-εστίαση, 15% βιομηχανία-μεταποίηση, 9% επαγγελματικές/επιστημονικές δραστηριότητες, 7% τεχνικές/οικοδομικές επιχειρήσεις, 6% μεταφορές και logistics, 1% άλλοι κλάδοι). Το **64%** απασχολεί 10–25 εργαζόμενους, ενώ το **19% διαθέτει αυτόνομο τμήμα πληροφορικής.** Οι συμμετέχοντες ήταν **διευθυντές/ανώτερα στελέχη (60%) και ιδιοκτήτες (40%),** εξασφαλίζοντας μια ολοκληρωμένη εικόνα για τη στρατηγική προσέγγιση των επιχειρήσεων σχετικά με την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών.

Αξίζει να σημειωθεί ότι **οι μικρές επιχειρήσεις (10–49 εργαζόμενοι) αποτελούν βασικό μοχλό ανάπτυξης για την ελληνική οικονομία.** Σύμφωνα με το SME Country Fact Sheet 2026 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (SME Performance Review, στοιχεία 2025), περίπου **47.500 τέτοιες επιχειρήσεις** απασχολούν σχεδόν **885.000 εργαζόμενους** και παράγουν περίπου το 19% της προστιθέμενης αξίας της ελληνικής επιχειρηματικής οικονομίας. Λειτουργώντας σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό περιβάλλον, καλούνται να συνδυάσουν τις προκλήσεις των μικρών επιχειρήσεων με τις ανάγκες ανάπτυξης μεγαλύτερων οργανισμών, γεγονός που τις καθιστά ιδιαίτερα αντιπροσωπευτικό δείγμα για την αξιολόγηση της ετοιμότητας στην υιοθέτηση του AI.



Γιάννης Σαλίχος
CTPO, ENTERSOFTONE

Το AI Readiness Index 2026 καταγράφει μια σημαντική μετατόπιση. Οι ελληνικές ΜμΕ δεν αναρωτιούνται πλέον αν το AI τις αφορά, αλλά πώς θα το αξιοποιήσουν ουσιαστικά για να βελτιώσουν την παραγωγικότητα και την ανταγωνιστικότητά τους.

Η αύξηση του δείκτη ετοιμότητας κατά 33%, από 15 σε 20 μονάδες, καθώς και η ενίσχυση των επιχειρήσεων που περνούν σε κανονική λειτουργία και σε εφαρμογές με μετρήσιμο αντίκτυπο, δείχνουν ότι η αγορά προχωρά πλέον με ουσιαστικά βήματα από τον πειραματισμό στην πράξη.

Ωστόσο, μόνο 1 στις 10 ΜμΕ βρίσκεται σήμερα σε στάδιο ουσιαστικής αξιοποίησης του AI. Για να γεφυρωθεί αυτό το χάσμα απαιτείται συνδυασμός τεχνολογίας, εκπαίδευσης και αξιοποίησης καθαρών επιχειρηματικών δεδομένων.

Το next challenge για τις επιχειρήσεις είναι σαφές: να μετατρέψουν το AI σε βασικό εργαλείο λειτουργίας και λήψης αποφάσεων, με ουσιαστικό αντίκτυπο στην παραγωγικότητα και την ανάπτυξη.



Καθηγητής
Γεώργιος Δουκίδης
ELTRUN, Οικονομικό
Πανεπιστήμιο Αθηνών

Παρότι ο δείκτης ετοιμότητας τεχνητής νοημοσύνης για τις ΜμΕ είναι χαμηλός (20 με άριστα το 100) είχαμε μια αύξηση του δείκτη 33% σε σχέση με το 2025. Ήδη 1 στις 2 ΜμΕ χρησιμοποιούν το AI, αλλά μόνο 1 στις 10 το αξιοποιούν με εμφανή επιχειρηματικά οφέλη.

Γι' αυτό στις δέκα κορυφαίες διαδικασίες που ήδη εφαρμόζεται το AI κυριαρχούν οι πιο απλές και γνωστές λειτουργικές χρήσεις του και πρωτοστατούν η υποστήριξη της διαχείρισης/μάνατζμεντ και το μάρκετινγκ. Υπάρχουν, επίσης σημαντικές διαφορές ανά κλάδο που σημαίνει ότι η υιοθέτησή του θα πρέπει να ακολουθεί τη φύση και στρατηγική σημασία της κάθε ξεχωριστής κλαδικής δραστηριότητας.

Τέλος, η κορυφαία επιχειρηματική πρόκληση που προσπαθούν να αντιμετωπίσουν οι ΜμΕ μέσω AI είναι η χαμηλή παραγωγικότητα και γενικά οι διαδικασίες καθυστέρησης. Αναδεικνύεται, επίσης σταδιακά μια πιο πελατοκεντρική και data-driven αξιοποίηση του AI.



Δρ.
Τιμολέων Φαρμάκης
ELTRUN, Οικονομικό
Πανεπιστήμιο Αθηνών

Το βασικό εμπόδιο για τις ελληνικές ΜμΕ δεν είναι η τεχνολογία αλλά το ανθρώπινο κεφάλαιο: 88% δηλώνουν έλλειψη εξειδικευμένων δεξιοτήτων και 80% έλλειψη γνώσης για το πού μπορεί να αξιοποιηθεί το AI.

Παρότι 6 στις 10 επιχειρήσεις δηλώνουν ενδιαφέρον για εκπαίδευση, μόλις 1 στις 10 έχει ήδη υλοποιήσει και 1 στις 4 την έχει προγραμματίσει. Η γεφύρωση του χάσματος ανάμεσα στην ανάγκη και την πραγματική υιοθέτηση δεν θα προέλθει από περισσότερα εργαλεία, αλλά από στοχευμένη εκπαίδευση των στελεχών και ανασχεδιασμό των επιχειρησιακών διαδικασιών.



Δρ.
Κατερίνα Φραϊδάκη
ELTRUN, Οικονομικό
Πανεπιστήμιο Αθηνών

Η έρευνα αποτυπώνει μια σαφή μετάβαση από το ενδιαφέρον προς την εφαρμογή του AI, χωρίς όμως αυτή να έχει ακόμη ενσωματωθεί ουσιαστικά στην καθημερινή λειτουργία των ελληνικών ΜμΕ.

Το 37% των επιχειρήσεων παραμένει σε πιλοτικό στάδιο, μόλις το 7% έχει περάσει σε πραγματική αφομοίωσή του στην επιχειρησιακή καθημερινότητα και μόνο το 3% καταγράφει μετρήσιμα αποτελέσματα. Το επόμενο μεγάλο βήμα είναι η αξιοποίηση του AI πέρα από τη δημιουργία περιεχομένου, σε κρίσιμες διαδικασίες που ενισχύουν την παραγωγικότητα, την ταχύτητα λήψης αποφάσεων και την ανταγωνιστικότητα.

ENTERSOFTONE

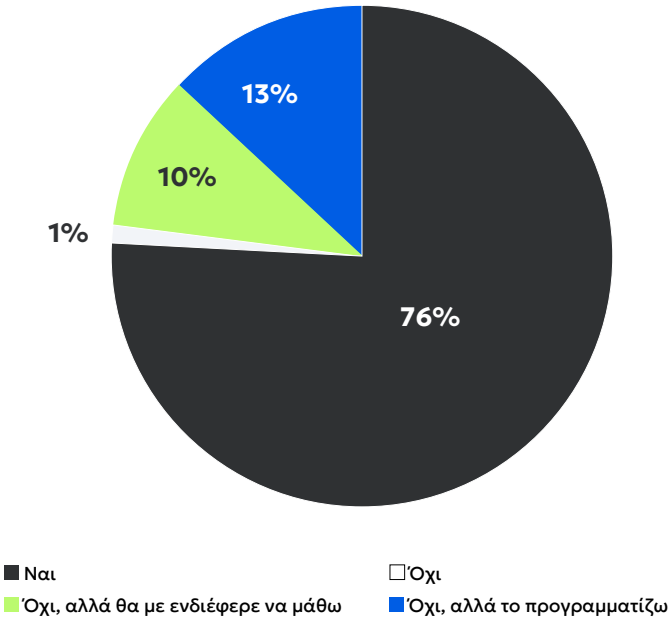
Ψηφιακή ετοιμότητα και επίπεδα χρήσης AI

Η προσωπική εξοικείωση με το AI συνεχίζει να ενισχύεται, επιβεβαιώνοντας ότι το ενδιαφέρον για τη χρήση του μετατρέπεται σταδιακά σε ουσιαστική, προσωπική υιοθέτηση.

Περισσότεροι από **3 στους 4 ερωτώμενους (76%)** δηλώνουν ότι έχουν ήδη χρησιμοποιήσει κάποια εφαρμογή AI, **έναντι 72% πέρυσι,** ενώ το ποσοστό όσων σχεδιάζουν να το χρησιμοποιήσουν αυξήθηκε φέτος από 10% σε **13%**. Παράλληλα, το ποσοστό όσων περιορίζονται στην απλή διερεύνηση («θα με ενδιέφερε») μειώθηκε από 17% σε **10%.**

3 στους 4 χρησιμοποιούν προσωπικά το AI

Έχετε χρησιμοποιήσει μέχρι τώρα κάποια εφαρμογή AI;



Σύγκριση με πέρυσι (2025)

Ναι 72%→76% ▲ 4
Όχι 1%→1%
«Θα με ενδιέφερε» 17%→10% ▼ 7
«Το προγραμματίζω» 10%→13% ▲ 3

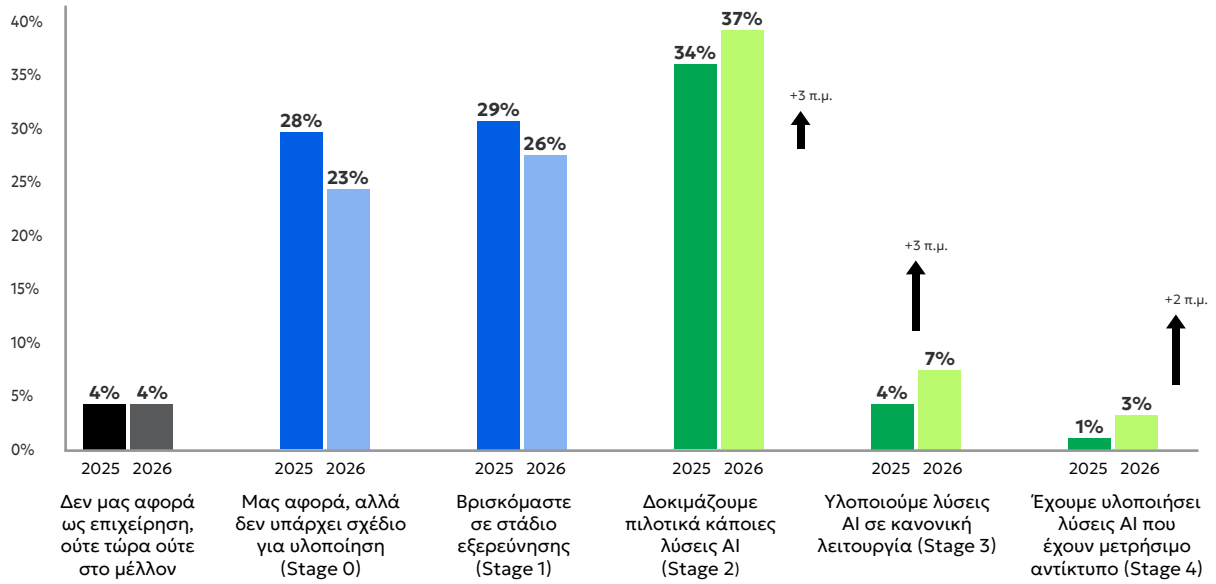
Το προφίλ των ερωτώμενων παραμένει σταθερό (κυρίως διευθυντές/στελέχη, 60%). Η χρήση AI ενισχύεται, το «ΝΑΙ» ανέβηκε 72%→76% και όσοι την προγραμματίζουν 10%→13%, ενώ η απλή διερεύνηση («θα με ενδιέφερε») μειώθηκε 17%→10%: **το ενδιαφέρον μετατρέπεται σε ουσιαστική υιοθέτηση.**

Οι ελληνικές ΜμΕ προχωρούν σταδιακά από τη διερεύνηση του AI στην πρακτική αξιοποίησή του, ωστόσο η μετάβαση στην πλήρη επιχειρησιακή ετοιμότητα παραμένει σε εξέλιξη.

Ως προς το **στάδιο ετοιμότητας AI**, τα πρώιμα στάδια υιοθέτησης υποχωρούν: οι επιχειρήσεις χωρίς καμία ενασχόληση ή σχέδιο υλοποίησης μειώθηκαν από 28% σε **23%** (Stage 0) και όσες βρίσκονται σε στάδιο εξερεύνησης από 29% σε **26%** (Stage 1). Αντίθετα, τα προχωρημένα στάδια ενισχύονται:

- 37% δοκιμάζει πιλοτικά λύσεις AI (Stage 2, από 34%),
- η κανονική λειτουργία αυξήθηκε από 4% σε 7% (Stage 3)
- ο μετρήσιμος αντίκτυπος αυξήθηκε από 1% σε 3% (Stage 4)

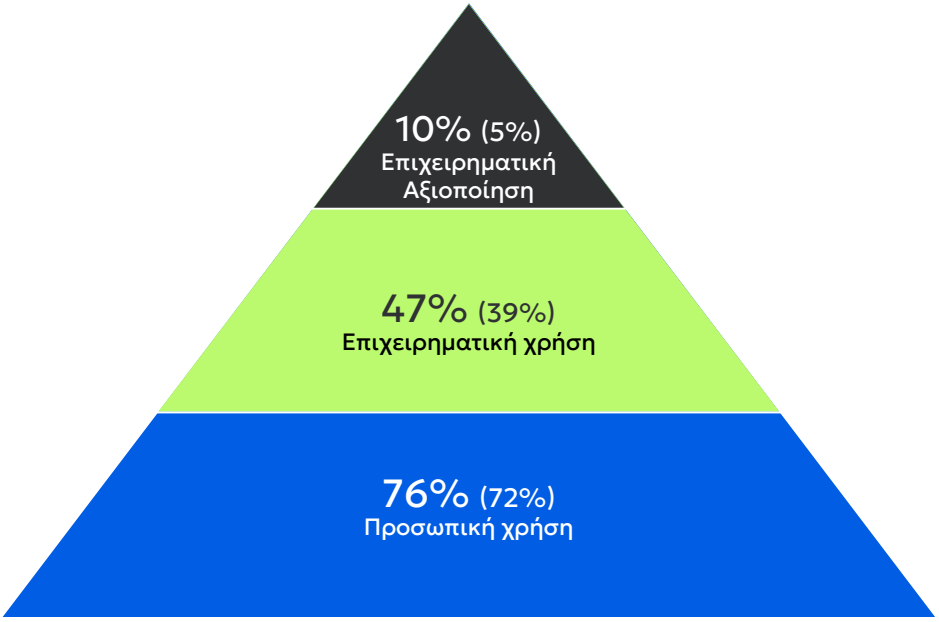
Συνολικά, **σχεδόν 1 στις 2 επιχειρήσεις (47%) βρίσκεται πλέον σε κάποιο στάδιο χρήσης AI.**



Η ετοιμότητα AI ανεβαίνει. Τα πρώιμα στάδια συρρικνώνονται (Stage 0: 28%→23%, Stage 1: 29%→26%), ενώ τα προχωρημένα ενισχύονται: η κανονική λειτουργία (Stage 3) αυξήθηκε από 4% σε 7% και ο μετρήσιμος αντίκτυπος (Stage 4) από 1% σε 3%. Η μεγαλύτερη ομάδα επιχειρήσεων (37%) παραμένει σε πιλοτική φάση (Stage 2).

Η πορεία υιοθέτησης του AI συνοδεύεται από μία σαφή κλιμάκωση από την προσωπική εξοικείωση στη δημιουργία επιχειρηματικής αξίας.

Όπως χαρακτηριστικά αποτυπώνεται σε μορφή πυραμίδας, η προσωπική χρήση των στελεχών/ιδιοκτητών αυξήθηκε στο 76% (από 72% το 2025), η επιχειρηματική χρήση ανέβηκε στο 47% (από 39% πέρυσι), ενώ η ουσιαστική επιχειρηματική αξιοποίηση διπλασιάστηκε, μέσα σε λιγότερο από ένα χρόνο, καταγράφοντας ποσοστό 10% (από 5%).

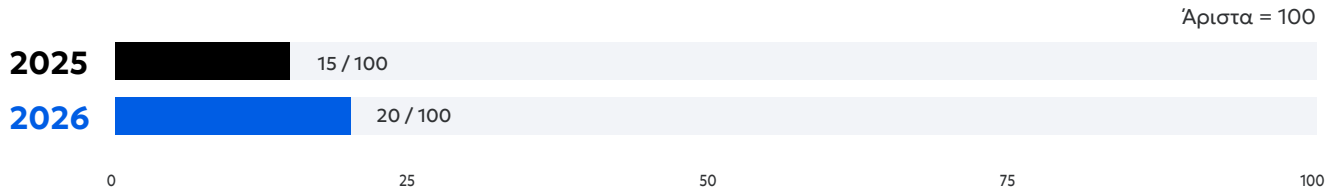


(% του 2025)

Η συνολική πρόοδος αποτυπώνεται στο Δείκτη Ετοιμότητας AI, ο οποίος παρουσίασε ετήσια αύξηση +33%, κατά 5 μονάδες.

Σημείωσε, δηλαδή αύξηση από 15/100 το 2025 σε 20/100 φέτος, στο δείκτη που βαθμολογεί κάθε επιχείρηση με βάση το στάδιό της (πιλοτική χρήση = 1, κανονική λειτουργία = 2, μετρήσιμος αντίκτυπος = 3) και υπολογίζεται ως σταθμισμένος μέσος σε κλίμακα 0–100. Πρόκειται για μία σημαντική βελτίωση, που ωστόσο αντιστοιχεί μόλις στο 20% του «άριστα», δημιουργώντας την πρόκληση για τις ΜμΕ να περάσουν **από τις δοκιμές στην καθημερινή, παραγωγική χρήση με μετρήσιμα αποτελέσματα.**

Δείκτης Ετοιμότητας AI: Χαμηλός, αλλά με 33% ετήσια αύξηση



Πώς διαβάζεται ο δείκτης
Κάθε επιχείρηση βαθμολογείται με βάση το στάδιό της: Πιλοτική χρήση = 1, Κανονική λειτουργία = 2, Μετρήσιμος αντίκτυπος = 3 (αρχικά στάδια = 0).

Ο δείκτης είναι ο σταθμισμένος μέσος σε κλίμακα από 0 έως 100, όπου 100 = όλες οι επιχειρήσεις σε πλήρη λειτουργία με μετρήσιμο αντίκτυπο.

Μεταβολή 2025 → 2026
+5 μονάδες (+33%)

Η ετοιμότητα αυξάνεται (15 → 20), όμως βρίσκεται μόλις στο 20% του άριστα. Για τις μικρές επιχειρήσεις το ζητούμενο είναι το πέρασμα από τις δοκιμές στην καθημερινή, παραγωγική χρήση AI με μετρήσιμα αποτελέσματα.

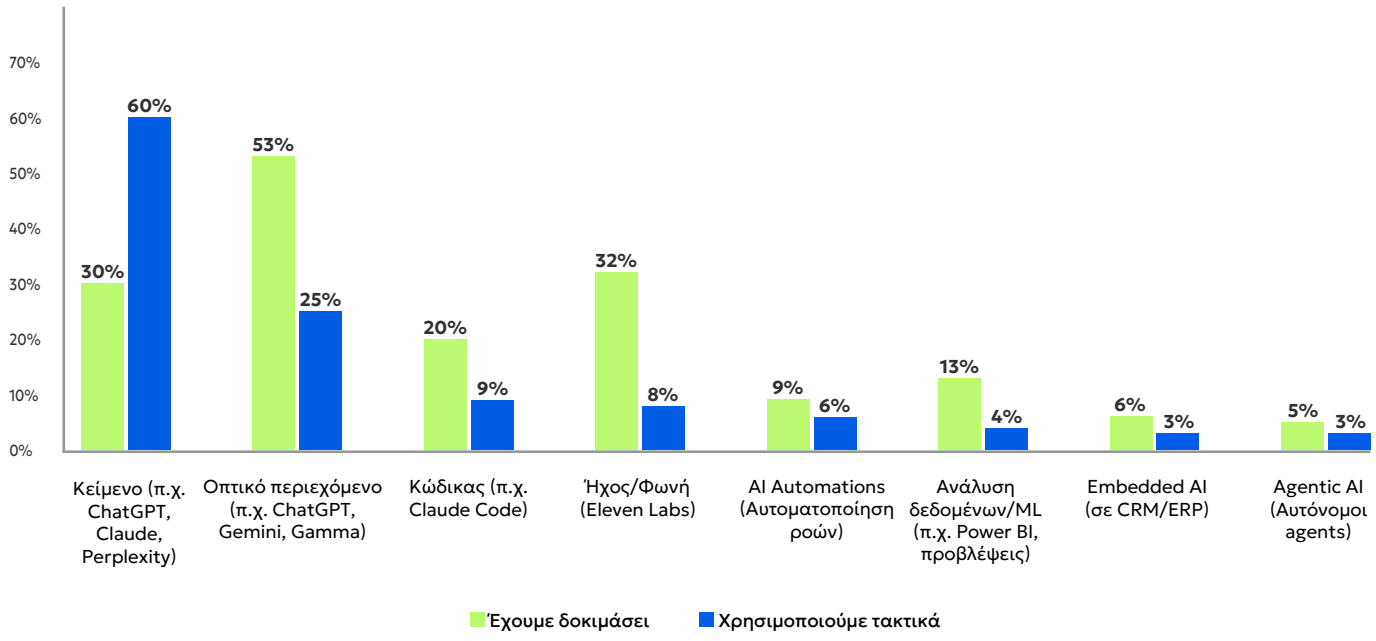
ENTERSOFTONE

Η χρήση εργαλείων AI από τις επιχειρήσεις

Η χρήση εργαλείων AI διευρύνεται και ωριμάζει με μεγάλο εύρος διείσδυσης (3%–60%), ανάλογα με την ετοιμότητα κάθε κατηγορίας.

Τα εργαλεία παραγωγής κειμένου (π.χ. ChatGPT, Gemini) παραμένουν τα πιο διαδεδομένα, με τακτική χρήση 60% (από 51% πέρυσι), εκ των οποίων 13 μονάδες αφορούν προσωπική χρήση στελεχών/ιδιοκτητών. Σημαντική άνοδο σημειώνουν και τα εργαλεία για παραγωγή οπτικού περιεχομένου (εικόνες, βίντεο) που περνά πλέον σε τακτική χρήση 25% (έναντι 16% πέρυσι), με τη δοκιμή να παραμένει όμως υψηλή, στο 53%. Σε ό,τι αφορά στον κώδικα/προγραμματισμό, διπλασιάστηκε σχεδόν η τακτική χρήση από 5% στο 9%, αλλά και ο ήχος/φωνή δοκιμάζεται ολοένα και περισσότερο (δοκιμή 25% → 32%, τακτική χρήση 8%), ενώ η ανάλυση δεδομένων/ML παραμένει πολύ χαμηλά στο 4%, είτε γιατί τα δεδομένα δεν υπάρχουν είτε γιατί δεν έχει δομηθεί η κουλτούρα λήψης αποφάσεων.

Το παράδοξο παραμένει: οι ερωτώμενοι χρησιμοποιούν εργαλεία AI σε ατομικό επίπεδο, αλλά η επιχείρηση δεν τα έχει ενσωματώσει σε επαγγελματική χρήση.



Από το 60% τακτικής χρήσης, οι 13 μονάδες αφορούν προσωπική χρήση.
Παραμένει σταθερή (πέρυσι, από το 51%, οι 12 ήταν προσωπική).

Η αγορά περνά σταδιακά από την αναγνώριση στη χρήση εργαλείων AI.

Σε όλες τις κατηγορίες εργαλείων μειώνεται το ποσοστό όσων δηλώνουν «απλά γνωρίζουμε», ενώ στην κατηγορία Κείμενο και Οπτικό οι απαντήσεις μετατοπίζονται σημαντικά από τη δοκιμή στην τακτική χρήση, **+9 μονάδες το καθένα.** Παράλληλα, η έρευνα καταγράφει για πρώτη φορά τρεις **νέες κατηγορίες εργαλείων**, που βρίσκονται σε πρώιμη φάση: **AI Automations**, αυτοματοποίηση ροών (τακτική χρήση 6%), **Embedded AI** σε ERP/CRM (3%) και **Agentic AI** (3%). Τα ευρήματα υποδηλώνουν ότι η χρήση πιο προηγμένων εφαρμογών AI εξακολουθεί να περιορίζεται από την πολυπλοκότητα των επιχειρησιακών διαδικασιών και το χαμηλό επίπεδο ενσωμάτωσης του AI στα πληροφοριακά συστήματα των επιχειρήσεων.

Εργαλείο	Γνωρίζουμε	Δοκιμάσει	Τακτικά
Κείμενο	-4 ▼	-5 ▼	+9 ▲
Οπτικό περιεχόμενο	-4 ▼	-3 ▼	+9 ▲
Κώδικας	-4 ▼	+4 ▲	+4 ▲
Ήχος / Φωνή	-6 ▼	+7 ▲	+1 ▲
Ανάλυση δεδομένων / ML	-3 ▼	+2 ▲	+1 ▲

Μεταβολή σε ποσοστιαίες μονάδες (pp), 2026 vs 2025. Το ▼ στο «Γνωρίζουμε» σημαίνει μετατόπιση προς δοκιμή/χρήση, δηλαδή θετική εξέλιξη.

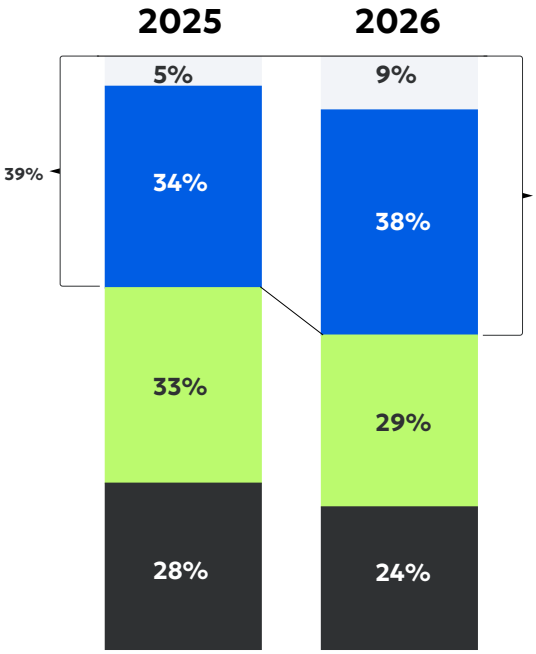
Η αγορά περνά από την αναγνώριση στη χρήση. Σε όλα τα εργαλεία μειώνεται το «απλά γνωρίζουμε», ενώ Κείμενο και Οπτικό μετατοπίζονται από τη δοκιμή στην τακτική χρήση (+9 μονάδες το καθένα).

Η επιχειρηματική αξιοποίηση του AI ενισχύεται και το ποσοστό της επιχειρηματικής χρήσης αυξάνεται κατά 8 ποσοστιαίες μονάδες. Ανάλογα με τον βαθμό χρήσης, οι ΜμΕ κατατάσσονται σε τέσσερις κατηγορίες:

- το **24%** δεν κάνει καμία χρήση εργαλείων AI (από 28% πέρυσι)
- το **29%** τα χρησιμοποιεί μόνο σε προσωπικό επίπεδο από ιδιοκτήτες ή στελέχη (από 33%)
- το **38%** έχει εντάξει το AI σε λειτουργίες παραγωγής περιεχομένου (από 34%), ενώ
- το **9%** προχωρά σε προηγμένες επιχειρηματικές εφαρμογές, σχεδόν διπλάσιο από το 5% του 2025.

Συνολικά, η επιχειρηματική χρήση ανέβηκε από 39% σε 47% (+8 μονάδες) καταγράφοντας σαφή μετατόπιση από την απλή/προσωπική χρήση προς πιο ουσιαστική, επιχειρηματική αξιοποίηση.

Ωστόσο, το «παράδοξο» της περσινής έρευνας παραμένει, καθώς 3 στις 10 επιχειρήσεις (29%) δηλώνουν ότι, παρότι οι ιδιοκτήτες ή τα στελέχη χρησιμοποιούν προσωπικά εργαλεία AI, αυτά δεν έχουν ακόμη ενσωματωθεί σε εταιρικό επίπεδο. Αυτό μπορεί να σχετίζεται και με την έλλειψη πλαισίου διακυβέρνησης AI στις ΜμΕ.



Επιχειρηματική, προχωρημένη χρήση

Χρήση AI μόνο για περιεχόμενο

Απλή προσωπική χρήση AI

Δεν κάνουν χρήση AI εργαλείων

Σύγκριση με πέρυσι (2025 → 2026)

Προχωρημένη χρήση: 5% → 9% ▲4
Μόνο περιεχόμενο: 34% → 38% ▲4
Απλή προσωπική: 33% → 29% ▼4
Καμία χρήση: 28% → 24% ▼4

ENTERSOFTONE

Αναγκαιότητα αυτοματοποίησης και υιοθέτηση εφαρμογών AI σε βασικές επιχειρηματικές λειτουργίες και διαδικασίες

Η φετινή έρευνα διεύρυνε σημαντικά το πεδίο ανάλυσης, εξετάζοντας **οκτώ βασικούς άξονες επιχειρησιακών λειτουργιών** και **σαράντα επτά (47) κρίσιμες διαδικασίες**, από τις πωλήσεις και το μάρκετινγκ έως την εφοδιαστική αλυσίδα, τα χρηματοοικονομικά και το ανθρώπινο δυναμικό.

Για κάθε διαδικασία αξιολογούνται δύο δείκτες:

- η αναγκαιότητα αυτοματοποίησης/ψηφιοποίησης μέσω AI (κατανομή των απαντήσεων σε χαμηλή, μέτρια και υψηλή σημασία, που συνοψίζεται στον Δείκτη Αναγκαιότητας των σ.27, 29 και 30)
- η σημερινή υιοθέτηση εργαλείων AI.

Τα αποτελέσματα επιβεβαιώνουν το σημαντικό **χάσμα μεταξύ ανάγκης και πραγματικής εφαρμογής**, αναδεικνύοντας ταυτόχρονα τα πεδία με τις μεγαλύτερες ευκαιρίες.

Πωλήσεις & Εξυπηρέτηση Πελατών

- Ψηφιακοί βοηθοί εξυπηρέτησης (chat/φωνή)
- Ανάλυση συναισθήματος πελατών
- Πρόβλεψη αποχώρησης πελατών (churn)
- Αυτόματες απαντήσεις σε emails
- Βαθμολόγηση leads και ευκαιριών
- AI υποστήριξη πωλητών πεδίου
- Ανάλυση απόδοσης πωλητών

Μάρκετινγκ & Ψηφιακό Περιεχόμενο

- Δημιουργία προωθητικού υλικού
- Παραγωγή εικόνων και βίντεο
- Βελτιστοποίηση καμπανιών, στόχευση (RFM)
- Παρακολούθηση αγοράς και ανταγωνισμού
- Εξατομίκευση περιεχομένου ιστοσελίδων
- Αυτόματη μετάφραση περιεχομένου

Διατμηματικές & Στρατηγικές Εφαρμογές

- Κείμενα, παρουσιάσεις και αναφορές
- Ανάλυση δεδομένων για αποφάσεις
- Εξαγωγή πληροφορίας, περιλήψεις εγγράφων
- Ψηφιακοί βοηθοί με εσωτερικά δεδομένα
- Συνοπτική εικόνα με στρατηγικές προτάσεις

Προμήθειες, Εφοδιαστική, Αποθήκη & Παραγωγή

- Καταχώρηση παραγγελιών στο ERP
- Προτάσεις αγορών, κόστος προμηθειών
- Ιδανικά αποθέματα, πρόβλεψη ζήτησης
- Κατανομή θέσεων, ανίχνευση ανωμαλιών
- Καθοδήγηση picking/packing, επιστροφές
- Βελτίωση δρομολογίων και εφοδιασμού
- Βελτιστοποίηση παραγωγής
- Πρόβλεψη βλαβών και συντήρησης

Λογιστήριο & Χρηματοοικονομικά

- Κατηγοριοποίηση τιμολογίων, παραστατικά
- Έλεγχος εγγραφών για συμμόρφωση
- Αποκλίσεις προϋπολογισμού
- Πρόβλεψη ταμειακών ροών
- Πιστωτικός κίνδυνος πελατών
- Συμφωνία τραπεζικών κινήσεων, FX
- Φορολογικό προφίλ και έντυπα

Νομική Συμμόρφωση & Φορολογικά

- Σύνταξη νομικών εγγράφων, συμβάσεων
- Υποστήριξη φορολογικών εντύπων

Πληροφορική, Κυβερνοασφάλεια & Καινοτομία

- Δημιουργία εφαρμογών και κώδικα
- Επίλυση προβλημάτων κώδικα
- Ανίχνευση κυβερνοεπιθέσεων
- Προσαρμοσμένες λύσεις και ροές εργασίας
- Νέες ιδέες, πρωτότυπα προϊόντων

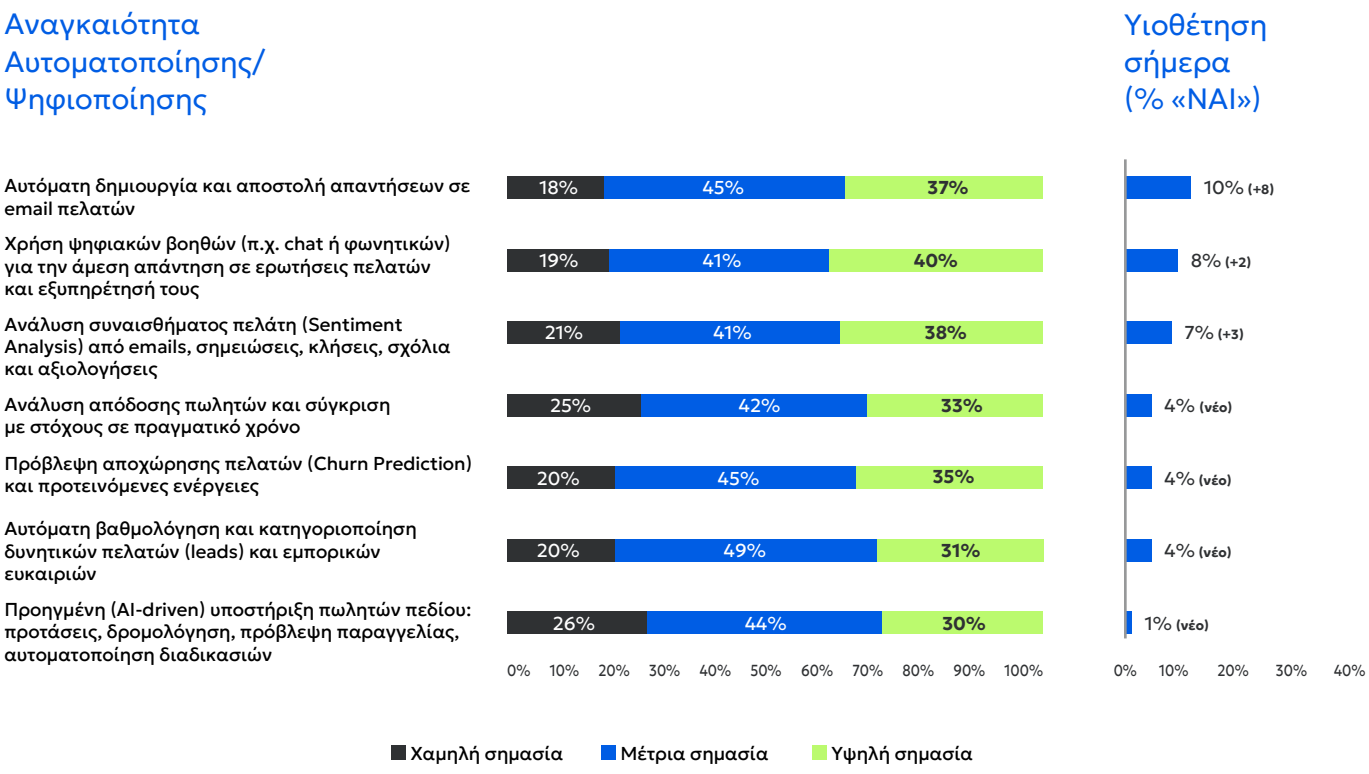
Ανθρώπινοι Πόροι (HR)

- Αγγελίες, εκπαιδευτικό περιεχόμενο
- Έλεγχος και κατάταξη βιογραφικών
- Εσωτερική αξιολόγηση εργαζομένων
- Υποστήριξη μισθοδοσίας
- AI βοηθός εταιρικών πολιτικών
- Καταχώρηση αδειών με φυσική γλώσσα

Πωλήσεις & Εξυπηρέτηση Πελατών

Η μεγαλύτερη ανάγκη εντοπίζεται στην αυτοματοποίηση της επικοινωνίας με τον πελάτη, ωστόσο η υιοθέτηση λύσεων AI παραμένει ακόμη περιορισμένη.

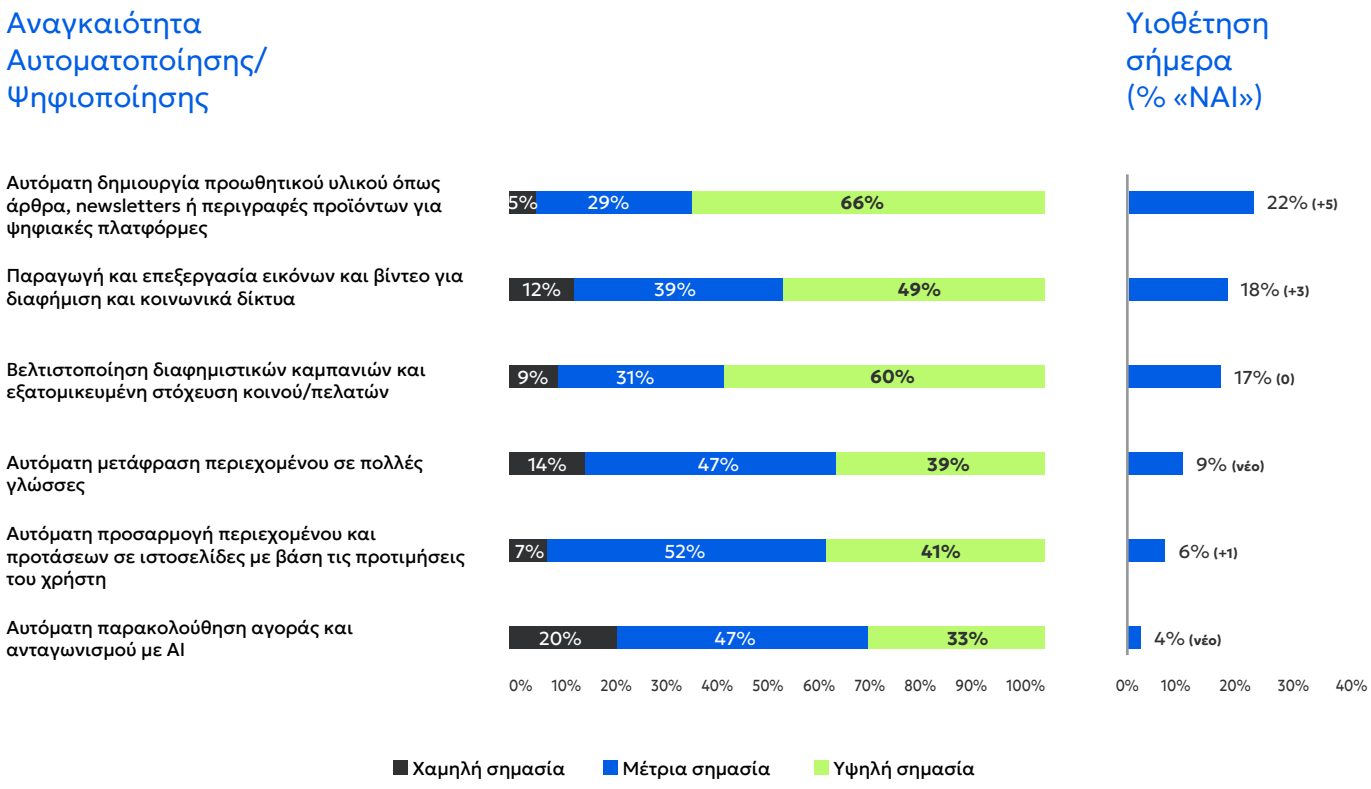
Ως ιδιαίτερα σημαντική καταγράφεται η χρήση ψηφιακών βοηθών (chat ή φωνητικών) για την άμεση εξυπηρέτηση πελατών (40% υψηλή σημασία), καθώς και η αυτόματη δημιουργία και αποστολή απαντήσεων σε emails πελατών (37%). Η υιοθέτηση παραμένει μεν χαμηλή (έως 10%), αλλά ενισχύεται: 10% για τις αυτόματες απαντήσεις σε emails (+8 μονάδες από πέρυσι), 8% για τους ψηφιακούς βοηθούς και 7% για την ανάλυση συναισθήματος πελατών (+3). Οι κύριες χρήσεις πρόβλεψης που μετρήθηκαν για πρώτη φορά φέτος -πρόβλεψη αποχώρησης πελατών (churn), βαθμολόγηση leads, AI υποστήριξη πωλητών πεδίου-, εμφανίζουν αναγκαιότητα 30–35%, αλλά υιοθέτηση μόλις 1–4%.



Μάρκετινγκ & Ψηφιακό Περιεχόμενο

Το μάρκετινγκ παραμένει **το πιο ώριμο πεδίο εφαρμογής του AI.**

Η αυτόματη δημιουργία προωθητικού υλικού (άρθρα, newsletters, περιγραφές προϊόντων) συγκεντρώνει την υψηλότερη αναγκαιότητα αυτοματοποίησης της λειτουργίας (66%) και υιοθέτησης 22% (+5 μονάδες), ακολουθούμενη από τη βελτιστοποίηση διαφημιστικών καμπανιών και την εξατομικευμένη στόχευση (60% αναγκαιότητα, 17% υιοθέτηση), καθώς και την παραγωγή/επεξεργασία εικόνων και βίντεο (49% και 18%, +3 μονάδες). Νέες μετρήσεις, όπως η αυτόματη μετάφραση περιεχομένου (39% αναγκαιότητα, 9% υιοθέτηση) και η παρακολούθηση αγοράς και ανταγωνισμού (33%, +4 μονάδες) δείχνουν το διευρυνόμενο πεδίο εφαρμογών.

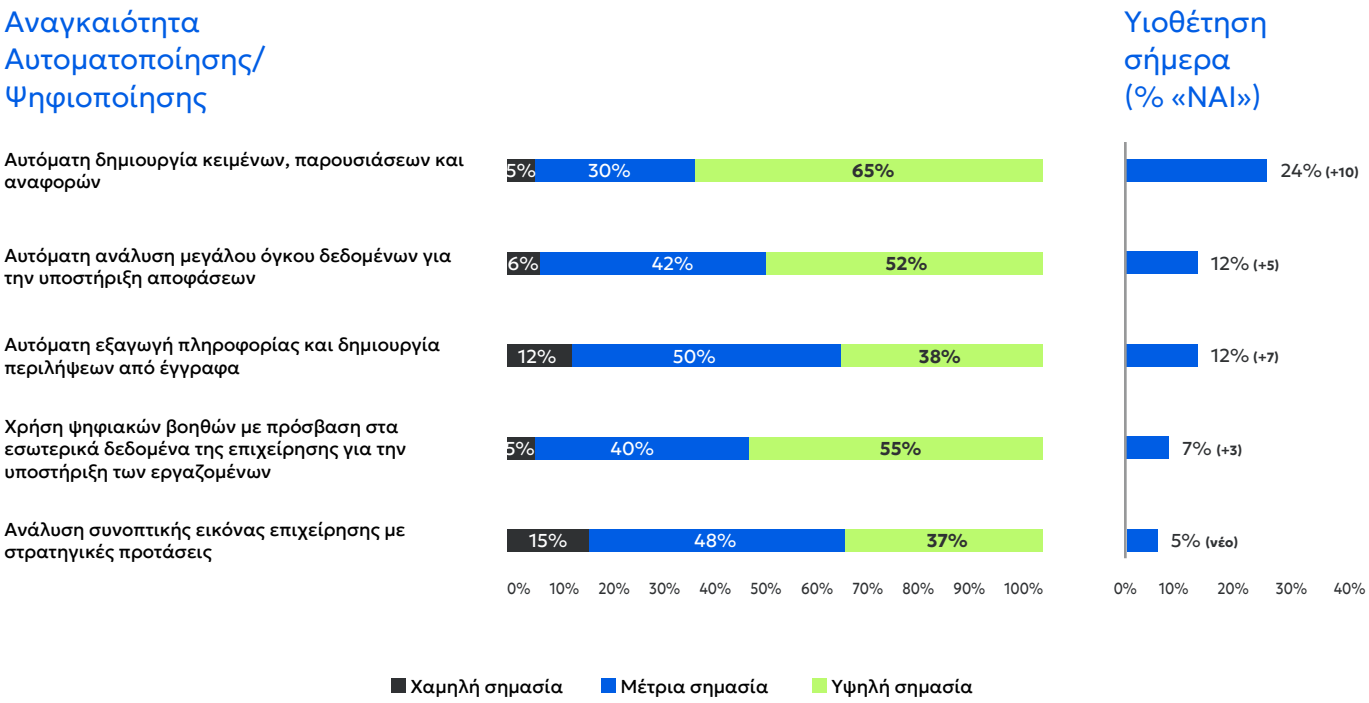


Διατμηματικές & Στρατηγικές Εφαρμογές

Η παραγωγή περιεχομένου αποτελεί πλέον τη δημοφιλέστερη εφαρμογή AI στις ελληνικές ΜμΕ.

Η αυτόματη δημιουργία κειμένων, παρουσιάσεων και αναφορών αναδεικνύεται ως η διαδικασία με την υψηλότερη υιοθέτηση σε ολόκληρη την έρευνα (24%), με 65% υψηλή αναγκαιότητα, σημειώνοντας παράλληλα τη μεγαλύτερη ετήσια αύξηση (+10 μονάδες).

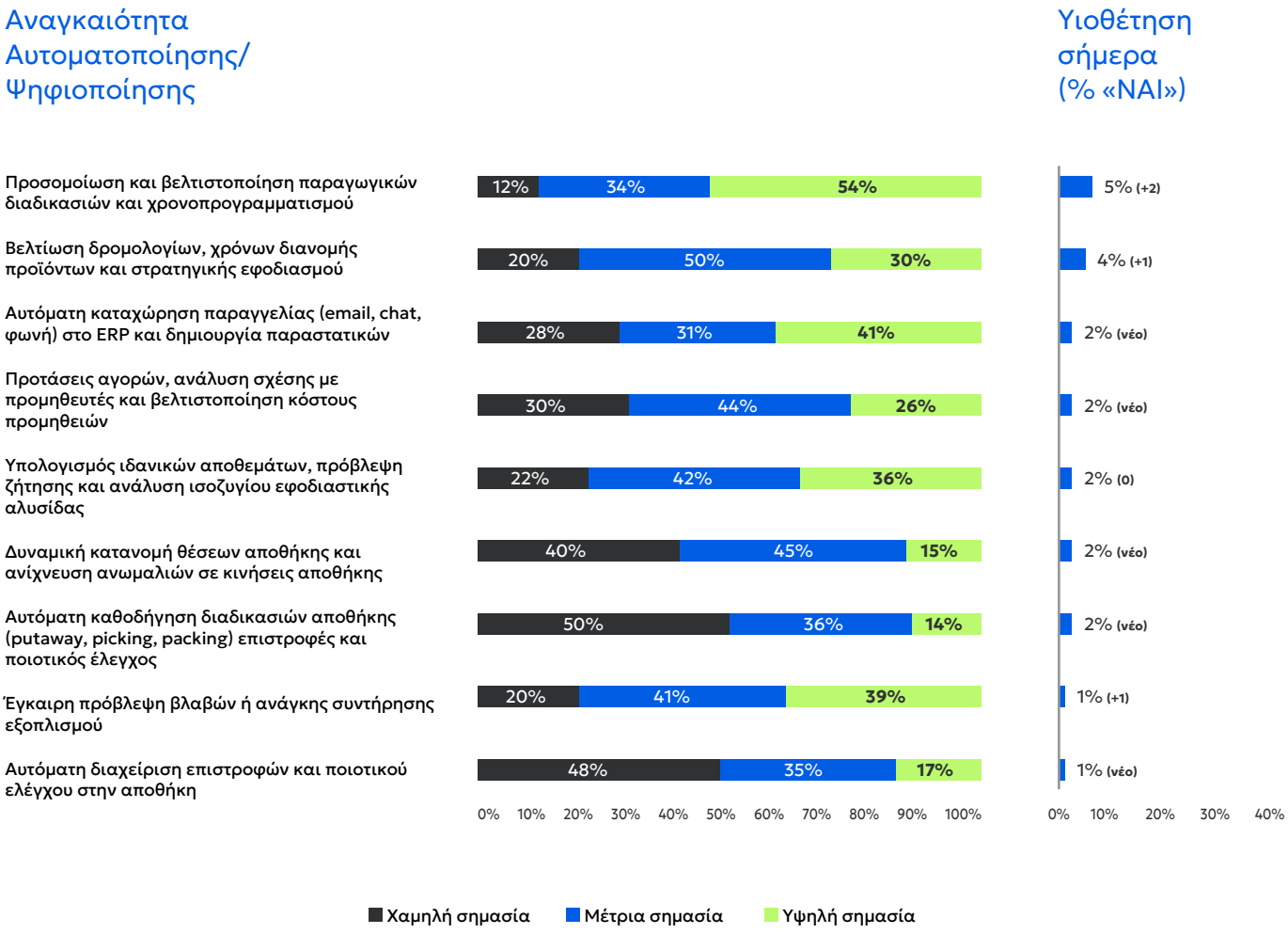
Ακολουθούν η αυτόματη ανάλυση μεγάλου όγκου δεδομένων για την υποστήριξη αποφάσεων (52% αναγκαιότητα, 12% υιοθέτηση, +5 μονάδες) και η εξαγωγή πληροφορίας/δημιουργία περιλήψεων από έγγραφα (12% υιοθέτηση, +7 μονάδες). Ιδιαίτερα υψηλή αναγκαιότητα (55%) καταγράφεται για ψηφιακούς βοηθούς με πρόσβαση στα εσωτερικά δεδομένα της επιχείρησης, με υιοθέτηση 7% (+3 μονάδες), ένδειξη ότι οι επιχειρήσεις αναζητούν πλέον «γνωσιακές» εφαρμογές πάνω στα δεδομένα των συστημάτων τους (ERP, CRM), ώστε να αξιοποιούν πλήρως τα σημαντικά δεδομένα τους στη λήψη αποφάσεων και στην καθημερινή λειτουργία της επιχείρησης.



Προμήθειες, Εφοδιαστική Αλυσίδα, Αποθήκη & Παραγωγή

Το μεγαλύτερο χάσμα ανάγκης-εφαρμογής εντοπίζεται σε αυτόν τον άξονα επιχειρησιακών λειτουργιών.

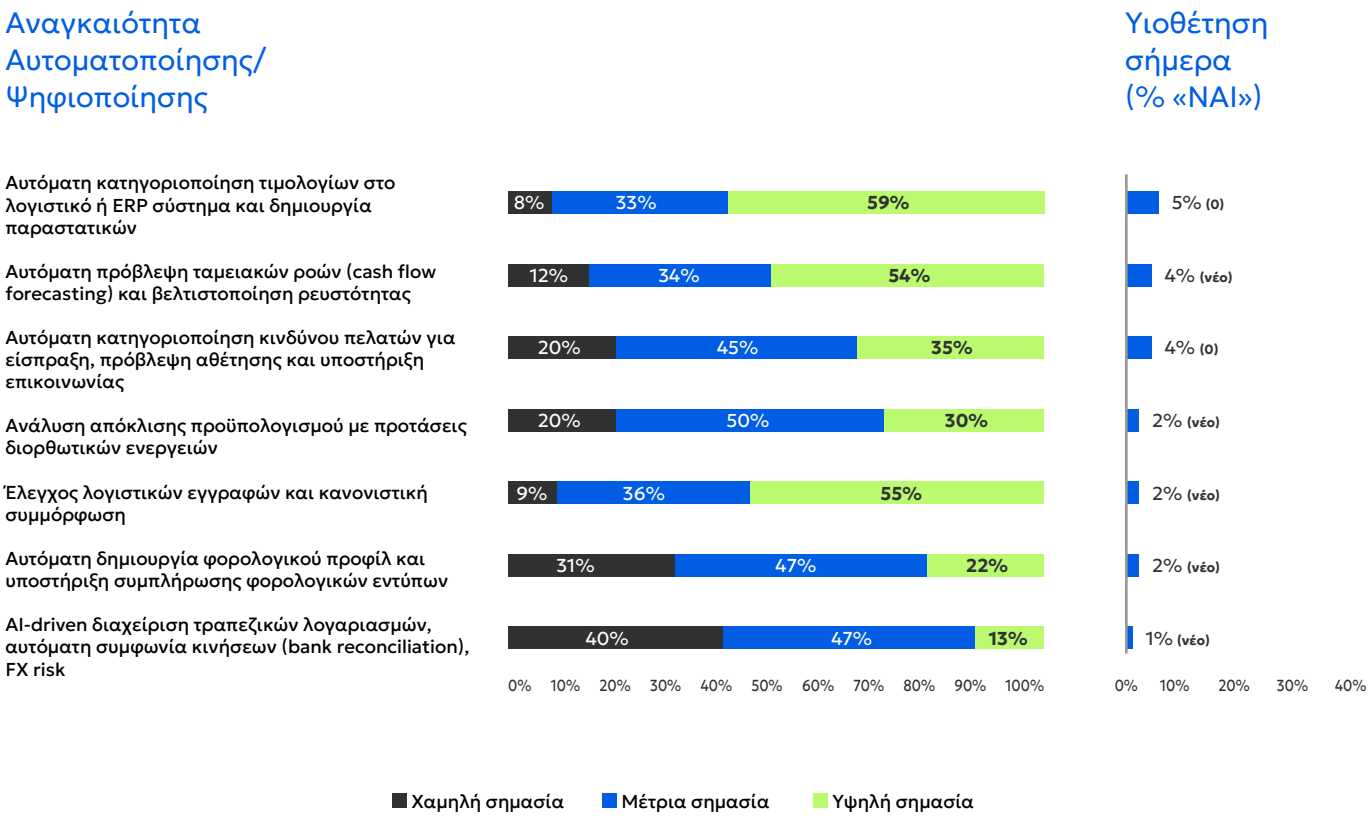
Η προσομοίωση και βελτιστοποίηση παραγωγικών διαδικασιών θεωρείται υψηλής σημασίας για αυτοματοποίηση από το 54% των επιχειρήσεων, αλλά η Τεχνητή Νοημοσύνη υιοθετείται μόλις από το 5%. Αντίστοιχα, η αυτόματη καταχώρηση παραγγελιών στο ERP (41%), η πρόβλεψη βλαβών και συντήρησης εξοπλισμού (39%) και ο υπολογισμός ιδανικών αποθεμάτων με πρόβλεψη ζήτησης (36%) εμφανίζουν υιοθέτηση μόλις 1%-2%. Τα χαμηλά ποσοστά συνδέονται με την πολυπλοκότητα των διαδικασιών και την ανάγκη ώριμων δεδομένων και εξειδικευμένων μοντέλων βελτιστοποίησης, που είναι εμφανής πρόκληση για τις ΜμΕ.



Λογιστήριο & Χρηματοοικονομικά

Οι ελληνικές ΜμΕ αναγνωρίζουν σε μεγάλο βαθμό την αναγκαιότητα αξιοποίησης εργαλείων AI στα χρηματοοικονομικά: κορυφαίες ανάγκες είναι η αυτόματη κατηγοριοποίηση τιμολογίων στο λογιστικό/ERP σύστημα (59%), ο έλεγχος λογιστικών εγγραφών για φορολογική και κανονιστική συμμόρφωση (55%) και η πρόβλεψη ταμειακών ροών (54%).

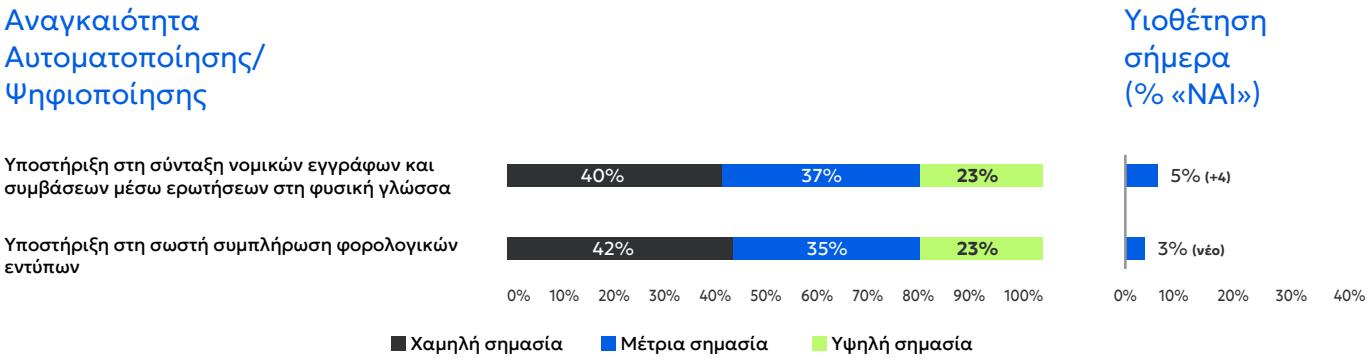
Ωστόσο, η υιοθέτηση παραμένει χαμηλή (1%-5%), με πιο διαδεδομένη την αυτόματη επεξεργασία τιμολογίων και παραστατικών (5%), είτε γιατί αξιοποιούνται εξειδικευμένοι εξωτερικοί σύμβουλοι για την εκτέλεσή τους είτε γιατί δεν υπάρχουν ευρέως διαδεδομένες και εύχρηστες λύσεις AI από τους παρόχους πληροφοριακών συστημάτων.

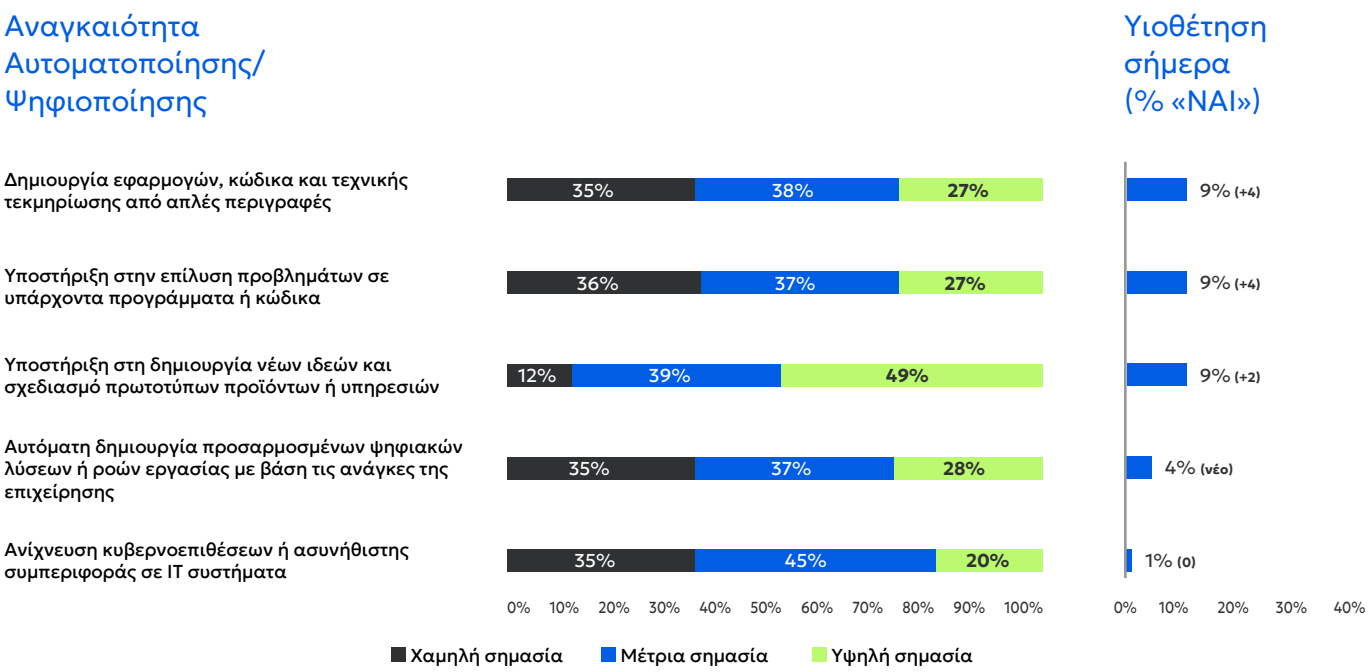


Πληροφορική, Κυβερνοασφάλεια & Καινοτομία - Νομική Συμμόρφωση & Φορολογικά

Το AI αρχίζει να επεκτείνεται και σε πιο εξειδικευμένες επιχειρησιακές λειτουργίες, με την καινοτομία και την ανάπτυξη λογισμικού να προηγούνται.

Η σύνδεση καινοτομίας και AI ενισχύεται, η υποστήριξη μέσω AI στη δημιουργία νέων ιδεών και στον σχεδιασμό πρωτοτύπων προϊόντων/υπηρεσιών συγκεντρώνει αναγκαιότητα 49% και υιοθέτηση 9% (+2 μονάδες). Στην πληροφορική, η δημιουργία εφαρμογών/κώδικα και η επίλυση προβλημάτων κώδικα φθάνουν το 9% υιοθέτηση (+4 μονάδες η καθεμία) - από τις υψηλότερες εκτός μάρκετινγκ και μάνατζμεντ λόγω και της πρόσφατης εισόδου στην αγορά σχετικών πλατφορμών AI. Αντίθετα, η ανίχνευση κυβερνοεπιθέσεων μένει στο 1%, ενώ μόλις το 20% των επιχειρήσεων τη θεωρεί υψηλής σημασίας. Στα νομικά και φορολογικά, η υποστήριξη σύνταξης νομικών εγγράφων/συμβάσεων υιοθετείται από το 5% (+4) και η υποστήριξη φορολογικών εντύπων από το 3%.

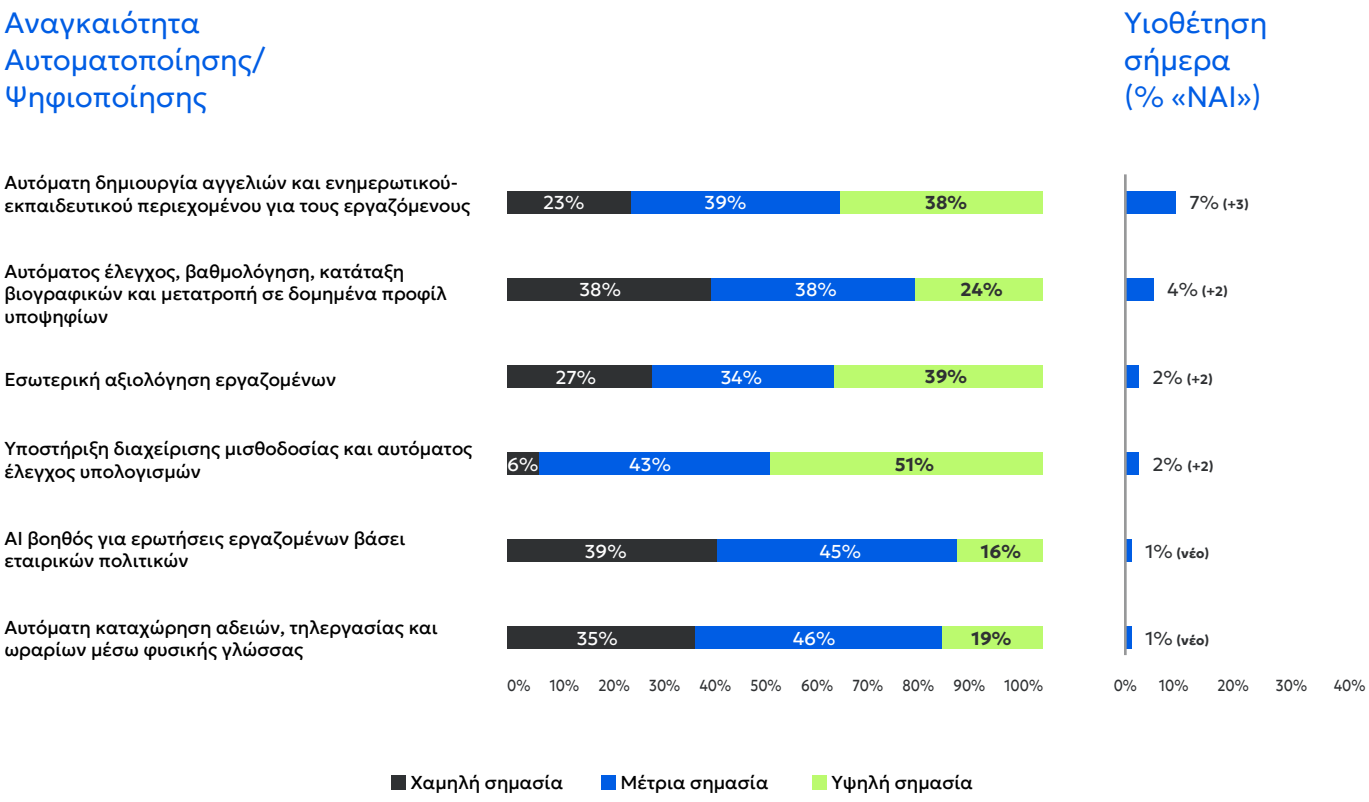




Ανθρώπινο Δυναμικό

Στη λειτουργία του Ανθρώπινου Δυναμικού, κορυφαία ανάγκη παραμένει η **υποστήριξη διαχείρισης μισθοδοσίας και ο αυτόματος έλεγχος υπολογισμών** (51% υψηλή σημασία), ακολουθούμενη από την **εσωτερική αξιολόγηση εργαζομένων** (39%) και την **αυτόματη δημιουργία αγγελιών και εκπαιδευτικού περιεχομένο**υ (38%).

Η υιοθέτηση παραμένει χαμηλή (**1%-7%**), με υψηλότερη στη δημιουργία αγγελιών και εκπαιδευτικού περιεχομένου (7%, +3), που αξιοποιεί τα ώριμα εργαλεία παραγωγής περιεχομένου. Η περιορισμένη χρήση μπορεί να σχετίζεται και με τον περιορισμένο αριθμό εργαζομένων στις ΜμΕ.



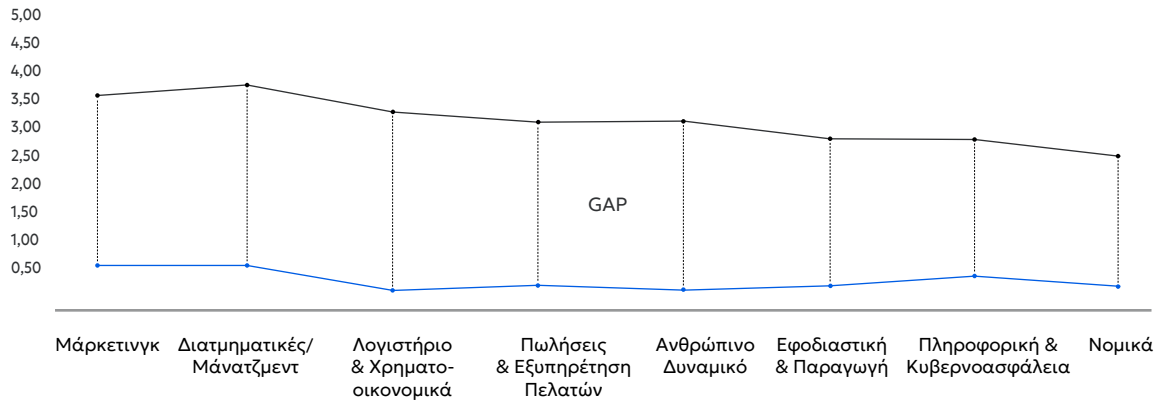
ENTERSOFTONE

Το Χάσμα μεταξύ Ανάγκης και Ετοιμότητας για την Υιοθέτηση του AI

Η συνολική εικόνα επιβεβαιώνει ότι το χάσμα μεταξύ της αναγνωρισμένης ανάγκης και της πραγματικής αξιοποίησης του AI παραμένει σημαντικό σε όλες τις επιχειρησιακές λειτουργίες.

Ο Δείκτης Αναγκαιότητας Αυτοματοποίησης κυμαίνεται από 2,7 έως 3,6 στα 5, ενώ ο αντίστοιχος Δείκτης Υιοθέτησης AI δεν ξεπερνά τη μία μονάδα σε καμία λειτουργία. Το μικρότερο χάσμα καταγράφεται στο Μάρκετινγκ (3,55 / 0,63) και στις Διατμηματικές & Στρατηγικές Εφαρμογές (3,61 / 0,60), ενώ το μεγαλύτερο στην Εφοδιαστική Αλυσίδα & Παραγωγή (3,00 / 0,12) και στο Λογιστήριο & Χρηματοοικονομικά (3,27 / 0,14). Το χάσμα μετριέται ως ο βαθμός κάλυψης της ανάγκης, δηλαδή ως ο λόγος του Δείκτη Υιοθέτησης προς τον Δείκτη Αναγκαιότητας.

Τα ευρήματα αναδεικνύουν την ανάγκη επιτάχυνσης της υιοθέτησης του AI μέσω έτοιμων και ενσωματωμένων λύσεων, ανάπτυξης δεξιοτήτων και στοχευμένων κινήτρων για τις ΜμΕ.



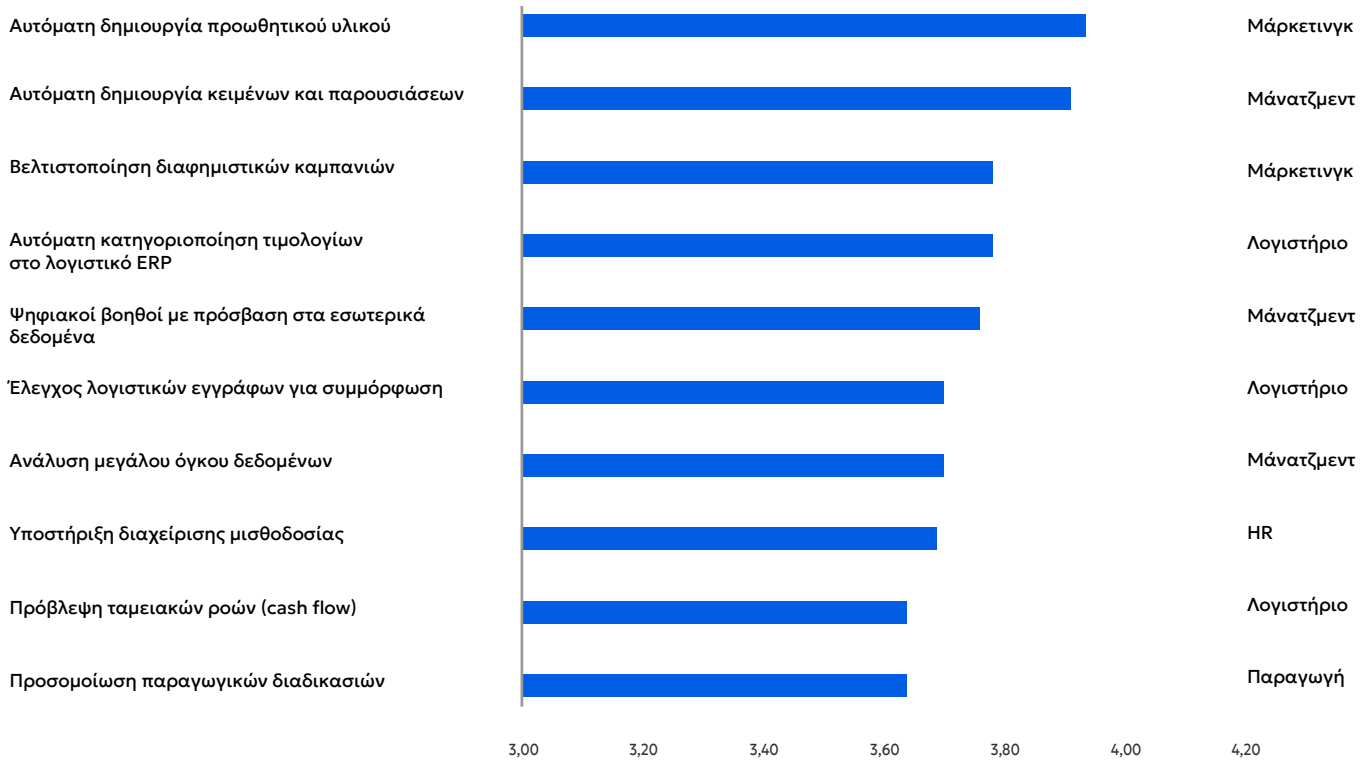
Σημείωση:
Ο Δείκτης Υιοθέτησης έχει κανονικοποιηθεί σε κλίμακα 0 έως 5 (μέση υιοθέτηση ανά use case επί 5), ώστε να συγκρίνεται με το Δείκτη Αναγκαιότητας.

ENTERSOFTONE

Σημαντικότητα και Χρήση AI ανά Διαδικασία

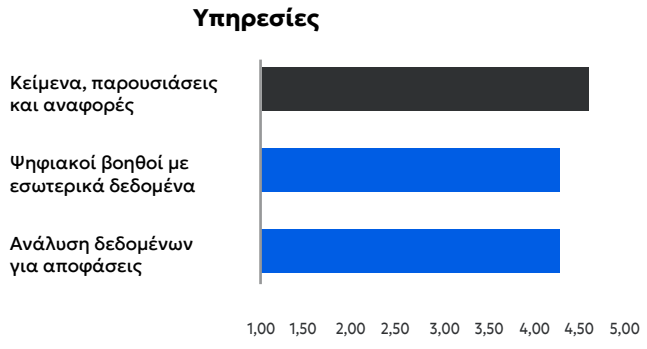
Η ανάγκη αξιοποίησης του AI διατρέχει πλέον το σύνολο των επιχειρησιακών λειτουργιών, επιβεβαιώνοντας τον οριζόντιο ρόλο του στον ψηφιακό μετασχηματισμό των ΜμΕ.

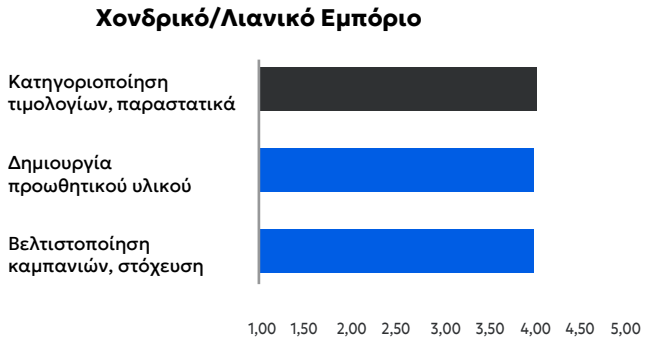
Οι δέκα διαδικασίες με τη μεγαλύτερη αναγκαιότητα αυτοματοποίησης εκτείνονται σε ολόκληρο το φάσμα της επιχειρησιακής λειτουργίας: αυτόματη δημιουργία προωθητικού υλικού (3,92/5) και κειμένων-παρουσιάσεων (3,90), βελτιστοποίηση διαφημιστικών καμπανιών και κατηγοριοποίηση τιμολογίων στο λογιστικό/ERP (3,77), ψηφιακοί βοηθοί με πρόσβαση σε εσωτερικά δεδομένα (3,75), έλεγχος λογιστικών εγγραφών και ανάλυση μεγάλου όγκου δεδομένων (3,69), υποστήριξη μισθοδοσίας (3,68), πρόβλεψη ταμειακών ροών και προσομοίωση παραγωγικών διαδικασιών (3,63). Η ανάγκη για αυτοματοποίηση μέσω AI παραμένει οριζόντια, από το Μάρκετινγκ και την υποστήριξη του Μάνατζμεντ έως το Λογιστήριο, το Ανθρώπινο Δυναμικό και την Παραγωγή, επιβεβαιώνοντας τη στρατηγική σημασία του AI για τη συνολική αποδοτικότητα και ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων.

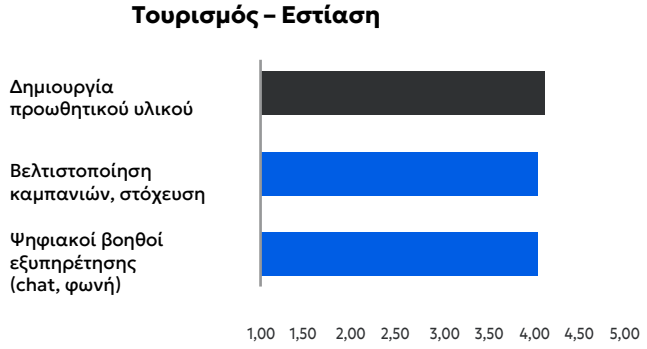


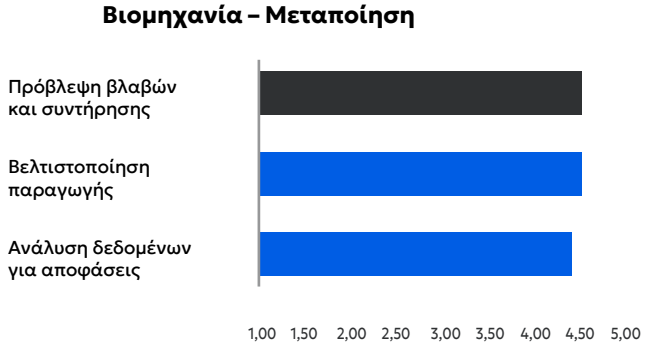
Η ανάλυση ανά κλάδο αναδεικνύει διαφορετικές προτεραιότητες αυτοματοποίησης μέσω του AI.

Στη βιομηχανία-μεταποίηση κυριαρχούν η πρόβλεψη βλαβών/συντήρησης (4,05 μονάδες) και η βελτιστοποίηση της παραγωγής (4,03 μονάδες). Στο χονδρικό/λιανικό εμπόριο η κατηγοριοποίηση τιμολογίων και παραστατικών, λόγω του μεγάλου συναλλακτικού όγκου και η δημιουργία προωθητικού υλικού με έξυπνη στόχευση, λόγω του μεγάλου πελατολογίου. Στον τουρισμό-εστίαση η δημιουργία προωθητικού υλικού και η στόχευση καμπανιών, λόγω της έντονης προωθητικής δραστηριότητας, καθώς και οι ψηφιακοί βοηθοί εξυπηρέτησης πελατών που είναι ο κρισιμότερος παράγοντας επιτυχίας στον κλάδο. Στις υπηρεσίες, η αυτόματη δημιουργία κειμένων/παρουσιάσεων/αναφορών, καθώς αποτελούν ουσιαστική καθημερινότητα των εργαζομένων, αλλά και οι ψηφιακοί βοηθοί με εσωτερικά δεδομένα και η ανάλυση δεδομένων για αποφάσεις, που σχετίζονται με τη λειτουργία των συμβουλευτικών επιχειρήσεων. Τα ευρήματα αυτά αντανακλούν τις επιμέρους λειτουργικές ιδιαιτερότητες, τους κρίσιμους παράγοντες επιτυχίας και τους στρατηγικούς στόχους κάθε ξεχωριστού κλάδου.





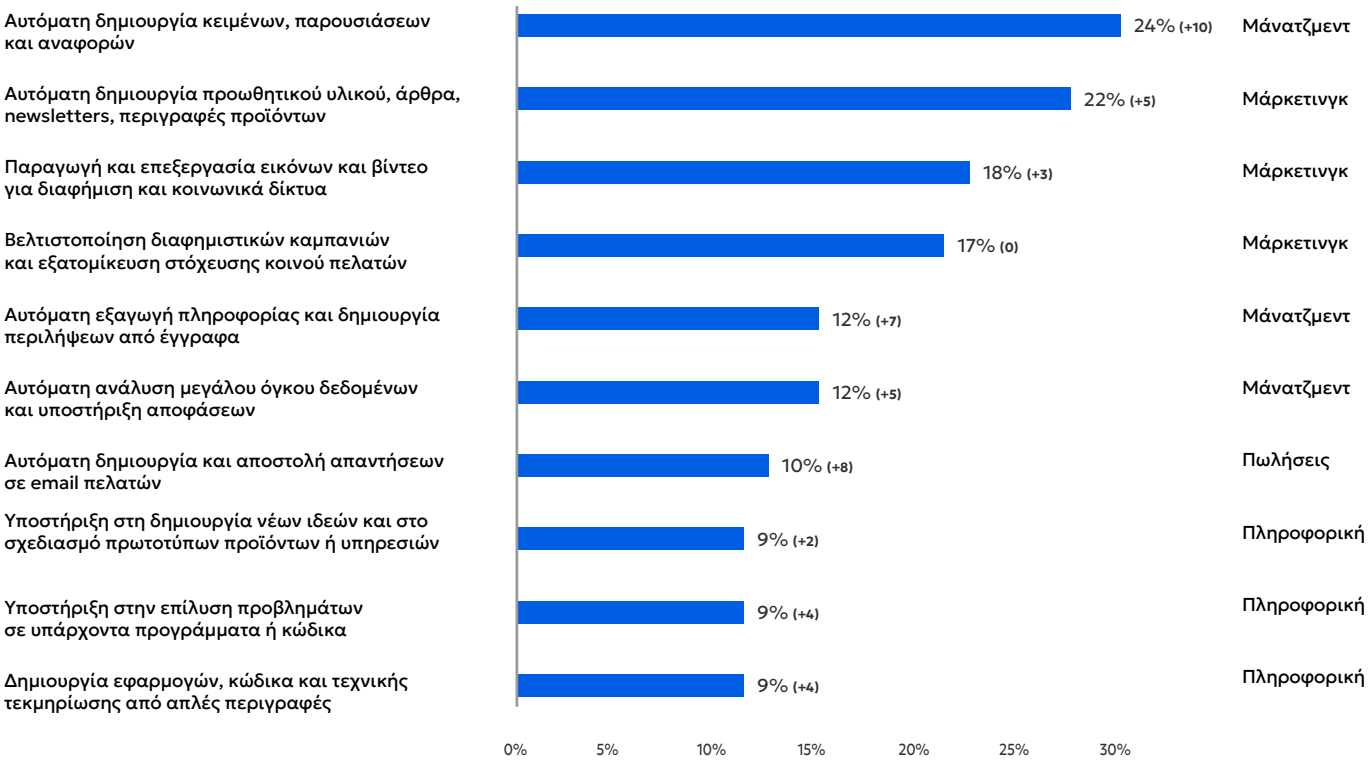




Η αξιοποίηση του AI παραμένει σήμερα πιο ώριμη στις εφαρμογές παραγωγής περιεχομένου, ενώ αρχίζει σταδιακά να επεκτείνεται και σε πιο εξειδικευμένες επιχειρησιακές λειτουργίες.

Στις δέκα κορυφαίες διαδικασίες όπου ήδη εφαρμόζεται η τεχνητή νοημοσύνη κυριαρχούν οι πιο απλές και γνωστές λειτουργικές χρήσεις του AI και πρωτοστατούν η υποστήριξη της διαχείρισης/μάνατζμεντ και το μάρκετινγκ, δηλαδή κείμενα/παρουσιάσεις/αναφορές (24%), προωθητικό υλικό (22%), εικόνες/βίντεο (18%), βελτιστοποίηση καμπανιών (17%), ανάλυση δεδομένων και περιλήψεις εγγράφων (12%).

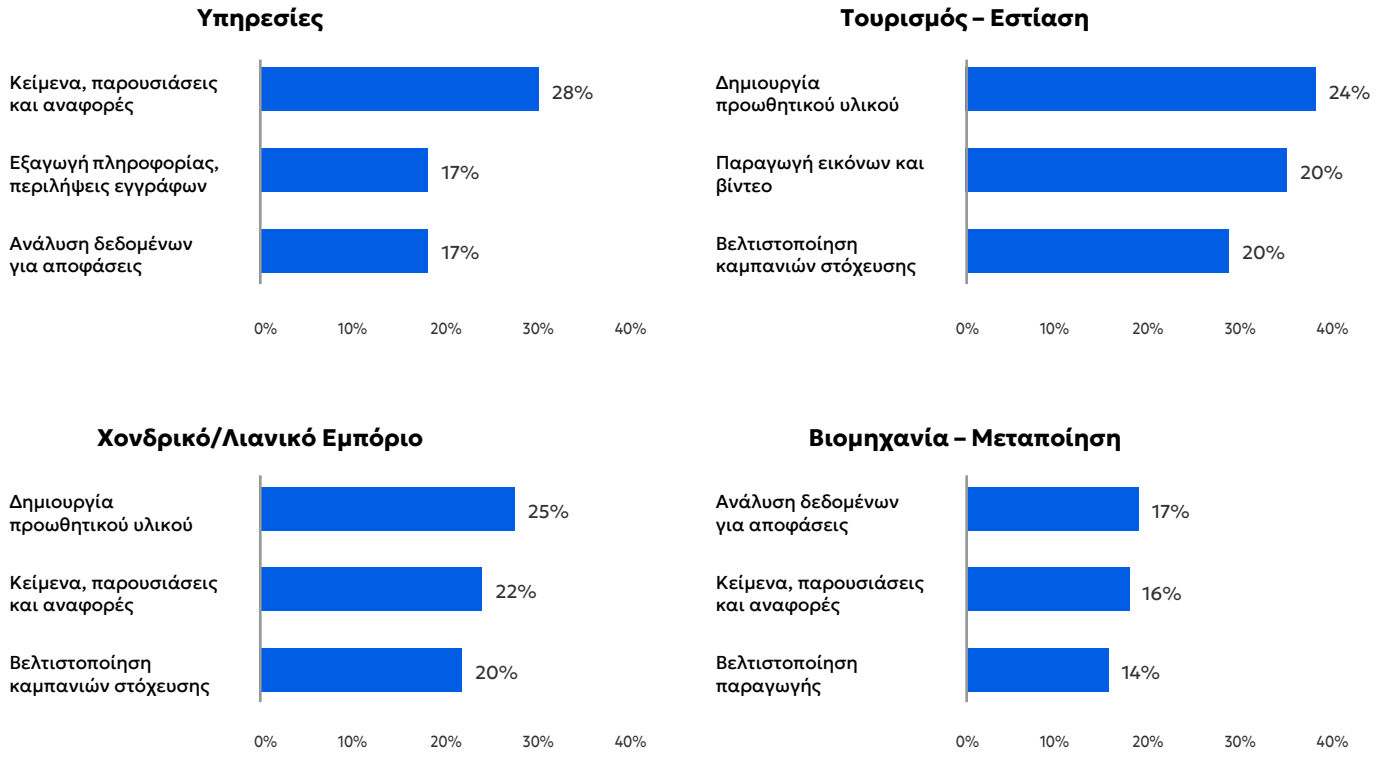
Ακολουθούν οι αυτόματες απαντήσεις σε emails πελατών (10%) και με αυξημένα ποσοστά, τρεις εφαρμογές πληροφορικής/καινοτομίας (δημιουργία κώδικα, επίλυση προβλημάτων, νέες ιδέες/πρωτότυπα, 9% η καθεμία), δείχνοντας σταδιακή επέκταση του AI πέρα από την παραγωγή περιεχομένου, σε πιο πολύπλοκες και απαιτητικές διαδικασίες.



Ανά κλάδο, η **υιοθέτηση του AI ακολουθεί τη φύση και στρατηγική σημασία της κάθε ξεχωριστής κλαδικής δραστηριότητας.**

Στις υπηρεσίες ξεχωρίζουν τα κείμενα/παρουσιάσεις/αναφορές (28%), η εξαγωγή πληροφορίας (17%) και η ανάλυση δεδομένων για αποφάσεις (17%). Στο εμπόριο και τον τουρισμό-εστίαση η έμφαση δίνεται στο προωθητικό υλικό (25% και 24% αντίστοιχα), στην παραγωγή περιεχομένου, είτε σε κείμενα/αναφορές (22% στο εμπόριο) είτε σε εικόνες/βίντεο (20% στον τουρισμό) και στη βελτιστοποίηση καμπανιών προώθησης (20% και στους δύο κλάδους), λόγω του μεγάλου πελατολογίου και του έντονου ανταγωνισμού.

Στη μεταποίηση, αντίθετα, πρωτοστατούν μεταξύ άλλων η ανάλυση δεδομένων για αποφάσεις (17%), και η βελτιστοποίηση παραγωγής (14%), που παρά την έλλειψη ευρέως διαδεδομένων λύσεων AI, είναι ένας σημαντικός παράγοντας επιτυχίας.

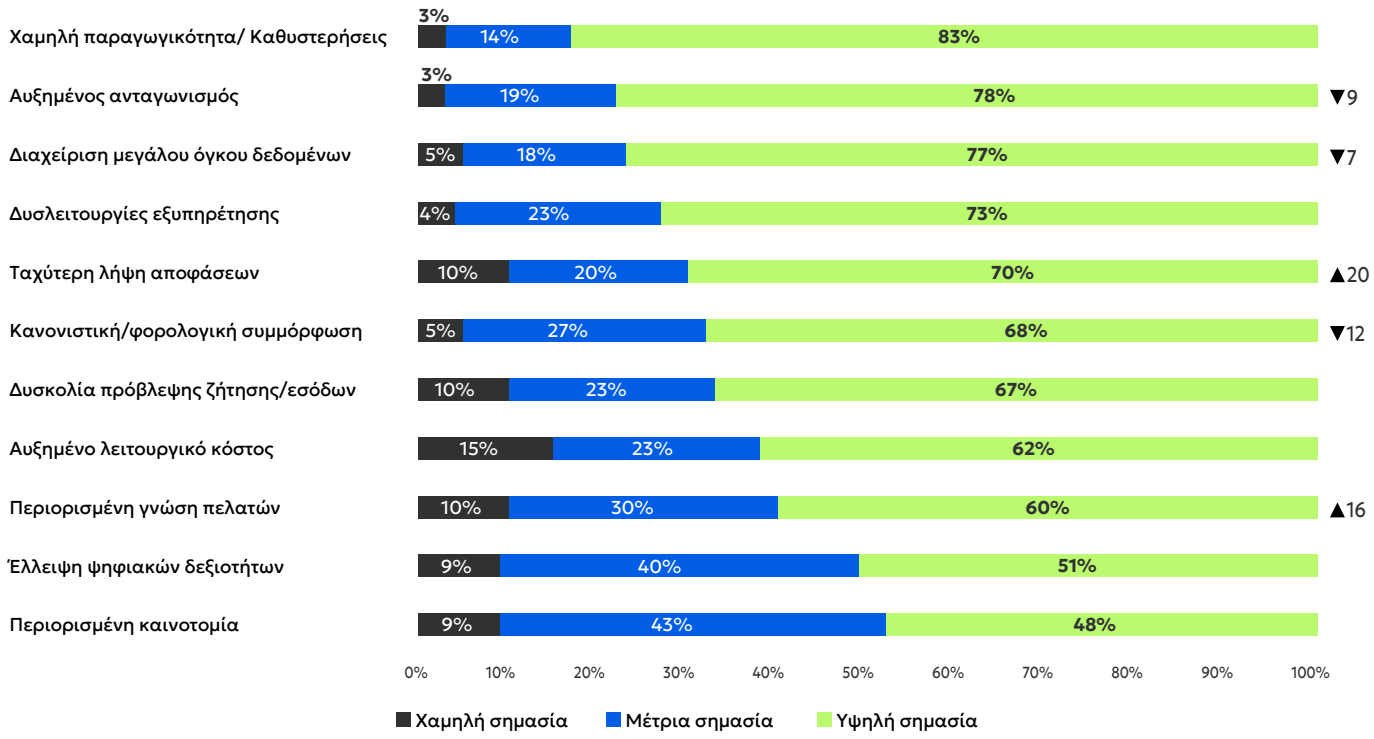


ENTERSOFTONE

Στρατηγική και Προκλήσεις στην αξιοποίηση του AI

Όσον αφορά στις επιχειρηματικές προκλήσεις που οι ΜμΕ προσδοκούν να αντιμετωπίσουν μέσω του AI, στην πρώτη θέση ανέβηκε φέτος η χαμηλή παραγωγικότητα και γενικά οι διαδικαστικές καθυστερήσεις (83%), που είναι και το πιο έντονο πρόβλημα για επιχειρήσεις αυτού του μεγέθους, ακολουθούμενη από τον αυξημένο ανταγωνισμό (78%), τη διαχείριση μεγάλου όγκου δεδομένων (77%) και τις δυσλειτουργίες στην εξυπηρέτηση πελατών (73%). Η ταχύτερη λήψη αποφάσεων (70%) ανέβηκε δυναμικά και μπήκε στο top 5, ενώ ενισχύθηκε σημαντικά και η κατανόηση των πελατών (60%), ενδείξεις στροφής προς μια πελατοκεντρική, data-driven αξιοποίηση του AI. Υψηλά, αν και μειωμένα σε σχέση με πέρυσι, παραμένουν η κανονιστική/φορολογική συμμόρφωση (68%), ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της χώρας μας, και η πρόβλεψη ζήτησης και εσόδων (67%).

Η σημασία κάθε πρόκλησης για την επιχείρηση



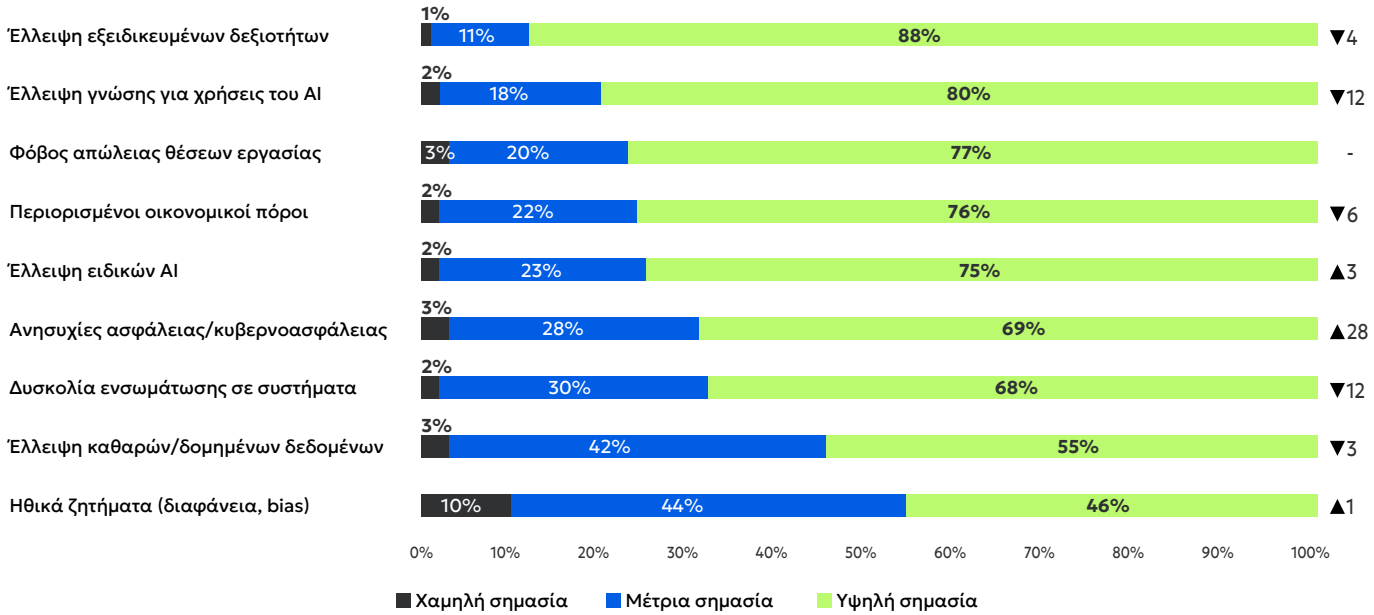
Συμπεράσματα

- Η **χαμηλή παραγωγικότητα** ανέβηκε φέτος στην πρώτη θέση των προκλήσεων.
- Η **ταχύτερη λήψη αποφάσεων** ανέβηκε έντονα και μπήκε στο top 5.
- Ενισχύθηκε η **κατανόηση των πελατών**, στροφή σε πελατοκεντρική, data-driven αξιοποίηση του AI.

Στα εμπόδια υιοθέτησης του AI, τα κορυφαία είναι ανθρωποκεντρικά λόγω των περιορισμένων πόρων που έχουν οι ΜμΕ.

Δηλαδή, ως κυριότερα εμπόδια εμφανίζονται η έλλειψη εξειδικευμένων δεξιοτήτων (88%), η έλλειψη γνώσης για τις χρήσεις του AI (80%) και η έλλειψη ειδικών AI (75%). Συνεπώς, το κύριο φράγμα είναι το ανθρώπινο κεφάλαιο και η κατάρτιση, όχι η τεχνολογία. Υψηλά ποσοστά συγκεντρώνουν επίσης ο φόβος απώλειας θέσεων εργασίας (77%) και οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι (76%), ενώ σημαντικός προβληματισμός καταγράφεται πλέον για θέματα ασφάλειας δεδομένων και κυβερνοασφάλειας (69%, με έντονη άνοδο σε σχέση με πέρυσι). Η δυσκολία ενσωμάτωσης στα υπάρχοντα συστήματα (ERP, CRM) (68%) και η έλλειψη καθαρών/δομημένων δεδομένων (55%) παραμένουν ουσιώδη τεχνικά εμπόδια, ενώ τα ηθικά ζητήματα (46%) θεωρούνται λιγότερο κρίσιμα. Η υιοθέτηση του AI μπορεί να απελευθερώσει το ανθρώπινο δυναμικό από επαναλαμβανόμενες εργασίες, ενισχύοντας την παραγωγικότητα και τη στρατηγική συμβολή των εργαζομένων.

Ποια από τα παρακάτω εμπόδια θεωρείτε σημαντικά στην αξιοποίηση του AI;

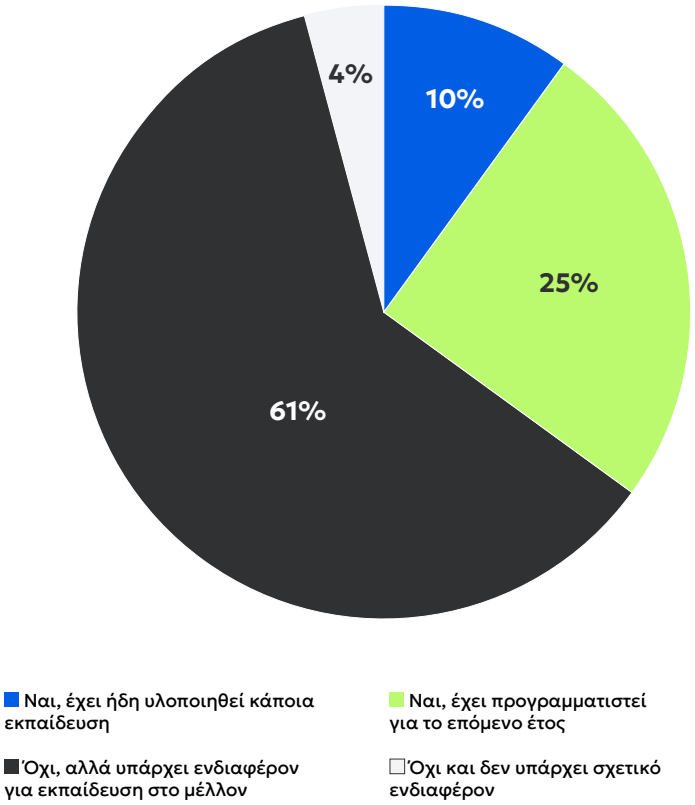


Συμπεράσματα

- Τα κορυφαία εμπόδια είναι ανθρωποκεντρικά: έλλειψη δεξιοτήτων, γνώσης για τις χρήσεις τεχνητής νοημοσύνης και ειδικών AI. Το κύριο φράγμα είναι το ανθρώπινο κεφάλαιο και η κατάρτιση, όχι η τεχνολογία.
- Υψηλά είναι επίσης ο φόβος για τις θέσεις εργασίας και οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι, ενώ τα ηθικά ζητήματα θεωρούνται λιγότερο κρίσιμα.
- Σημαντικός προβληματισμός καταγράφεται πλέον για θέματα ασφάλειας δεδομένων.

Θετική εξέλιξη καταγράφεται στην εκπαίδευση και κατάρτιση σε θέματα AI, η οποία περνά από την πρόθεση στην πράξη.

Το ποσοστό των ΜμΕ που έχουν ήδη υλοποιήσει σχετική εκπαίδευση διπλασιάστηκε (5% → 10%) παρότι ακόμη πολύ χαμηλό, ενώ όσες ΜμΕ την έχουν προγραμματίσει για το επόμενο έτος αυξήθηκαν από 15% σε 25%. 1 στις 10 ΜμΕ έχει ήδη υλοποιήσει κάποια εκπαίδευση στο AI και 1 στις 4 την έχει προγραμματίσει. Το «ενδιαφέρον χωρίς δράση» μειώθηκε αισθητά (75% → 61%), ενώ η πλήρης αδιαφορία παραμένει ελάχιστη (4%).



Σύγκριση με πέρυσι (2025 → 2026)

Ήδη υλοποιημένη: 5% → 10% ▲ 5
Προγραμματισμένη: 15% → 25% ▲ 10
Ενδιαφέρον (μέλλον): 75% → 61% ▼ 14
Χωρίς ενδιαφέρον: 5% → 4% ▼ 1

Συμπεράσματα

Χρήση, αξιοποίηση και Δείκτης Ετοιμότητας AI

- **Η προσωπική χρήση του AI εδραιώνεται:** 3 στους 4 ερωτώμενους (76%) το χρησιμοποιούν, ενώ η απλή διερεύνηση («θα με ενδιέφερε») μειώνεται (17% → 10%) και μετατρέπεται σε σχέδια υλοποίησης.
- **Αύξηση της επιχειρηματικής χρήσης του AI:** η επιχειρηματική χρήση ανέβηκε στο 47% (από 39%) και η ουσιαστική αξιοποίηση διπλασιάστηκε (5% → 10%).
- **Ο Δείκτης Ετοιμότητας AI, αν και παραμένει χαμηλός, αυξήθηκε κατά 33%** (15 → 20/100): σημαντική πρόοδος, αλλά μόλις στο 20% του άριστα.
- **Τα πρώιμα στάδια συρρικνώνονται και τα ώριμα ενισχύονται:** η κανονική λειτουργία αυξήθηκε από 4% σε 7% (Stage 3) και ο μετρήσιμος αντίκτυπος αυξήθηκε από 1% σε 3% (Stage 4). Η μεγαλύτερη ομάδα (37%) όμως παραμένει σε πιλοτική φάση.

Σημαντικότητα και χρήση του AI ανά λειτουργία/διαδικασία και κλάδο

- **Η χρήση εργαλείων AI αυξάνεται, αλλά παραμένει περιεχομενο-κεντρική:** κείμενο (60% τακτική χρήση) και οπτικό περιεχόμενο (25%) κυριαρχούν, οι εφαρμογές σε βασικές διαδικασίες (ERP, εφοδιαστική, χρηματοοικονομικά, HR) μένουν στο 1-7%.
- **Η αναγκαιότητα αυτοματοποίησης υπερβαίνει κατά πολύ την υιοθέτηση AI:** σε όλες τις λειτουργίες η αναγκαιότητα αυτοματοποίησης (από 2,7 έως 3,6 στα 5) ξεπερνά την υιοθέτηση (κάτω από 0,7 στα 5). Το χάσμα αυτό αποτελεί το μεγαλύτερο περιθώριο ανάπτυξης.
- **Τα προχωρημένα εργαλεία (Embedded AI, ML, Agentic AI, Automations) βρίσκονται σε πρώιμη φάση:** αποτελούν το επόμενο κύμα υιοθέτησης.
- **Στις δέκα κορυφαίες διαδικασίες όπου ήδη εφαρμόζεται AI** (9%-24%) κυριαρχούν πιο απλές γνωστές λειτουργικές χρήσεις του AI και πρωτοστατούν η υποστήριξη της διαχείρισης / μάνατζμεντ και το μάρκετινγκ.

Στρατηγική/προκλήσεις και εμπόδια στην αξιοποίηση του AI

- **Οι κύριες επιχειρηματικές προκλήσεις που προσδοκούν να αντιμετωπίσουν με AI:** χαμηλή παραγωγικότητα, αυξημένος ανταγωνισμός, διαχείριση μεγάλου όγκου δεδομένων, εξυπηρέτηση πελατών, ταχύτητα λήψης αποφάσεων.
- **Τα κορυφαία εμπόδια είναι ανθρωποκεντρικά:** έλλειψη εξειδικευμένων δεξιοτήτων (88%), γνώσης για τις χρήσεις του AI (80%) και ειδικών AI (75%).
- **Υψηλά είναι επίσης ο φόβος απώλειας θέσεων εργασίας (77%) και οι περιορισμένοι οικονομικοί πόροι (76%),** ενώ τα ηθικά ζητήματα **(46%)** θεωρούνται λιγότερο κρίσιμα.
- **Οι ανησυχίες ασφάλειας/κυβερνοασφάλειας κατέγραψαν τη μεγαλύτερη άνοδο (+28 μονάδες, στο 69%):** νέο κρίσιμο ζήτημα για το 2026.
- **Η εκπαίδευση περνά από την πρόθεση στην πράξη** (υλοποιημένη 5% → 10%, προγραμματισμένη 15% → 25%), όμως 6 στις 10 επιχειρήσεις παραμένουν ακόμη στο «ενδιαφέρον» χωρίς δράση.

Ο δρόμος προς την αξιοποίηση: προτεραιότητες για τα επόμενα έτη

- **Από τα πιλοτικά στην παραγωγική χρήση:**
  το ζητούμενο για τις ΜμΕ είναι η μετατροπή των δοκιμών σε καθημερινή λειτουργία με συγκεκριμένα σενάρια χρήσης και μετρήσιμα αποτελέσματα.
- **Στόχευση εκεί όπου «πονάει» η επιχείρηση:**
  παραγωγικότητα (83%, η #1 πρόκληση), ταχύτερη λήψη αποφάσεων (▲20) και κατανόηση πελατών (▲16).
- **Επένδυση στο ανθρώπινο κεφάλαιο:**
  συστηματική, στοχευμένη εκπαίδευση ανά ρόλο. Το κύριο φράγμα είναι οι δεξιότητες, όχι η τεχνολογία.
- **Θεμέλια για κλιμάκωση:**
  ενσωμάτωση του AI στα ERP/CRM, ασφάλεια και καθαρά, δομημένα δεδομένα ως προϋποθέσεις για την επόμενη φάση (embedded automations, agentic AI).
- **Αναγκαίες πρωτοβουλίες για ΜμΕ:**
  προώθηση καθημερινών σεναρίων χρήσης μέσω της ενσωμάτωσης του AI στα ERP/CRM συστήματα, οργανωμένης εκπαίδευσης και ενίσχυσης με τους αναγκαίους πόρους.

Redefining Business Software in an AI-powered future

Η ENTERSOFTONE (ES1), αποτελεί τον μεγαλύτερο πάροχο προϊόντων και υπηρεσιών business software στην Ελλάδα. Απασχολεί περισσότερους από 1.500 εργαζόμενους και εξυπηρετεί μια συνεχώς αυξανόμενη βάση 90.000 και πλέον πελατών σε 4 χώρες (Ελλάδα, Κύπρο, Βουλγαρία, Ρουμανία), διαθέτοντας ένα διευρυμένο δίκτυο 700+ εξειδικευμένων συνεργατών.

Με ισχυρή τεχνογνωσία, υψηλή εξειδίκευση και διαρκή επένδυση στην καινοτομία, η ES1, διαθέτει στην αγορά ένα πλήρες χαρτοφυλάκιο ψηφιακών λύσεων που προσφέρουν υψηλή προστιθέμενη αξία στις επιχειρήσεις, υποστηρίζοντας έμπρακτα τον ψηφιακό τους μετασχηματισμό.

Για περισσότερες πληροφορίες, μπορείτε να επισκεφθείτε την ιστοσελίδα:
www.entersoftone.gr



www.entersoftone.gr