

أمازون «تستخدم الذكاء الاصطناعي لتسريع عمليات التسليم»



إعداد: خنساء الزبير

تركز شركة «أمازون» على استخدام الذكاء الاصطناعي لتسريع إيصال الطلبات للعملاء عن طريق تقليص المسافة بينهم وبين المنتجات، حسبما قال ستيفانو بيريجو، نائب الرئيس لخدمات تلبية العملاء والعمليات العالمية لأمريكا الشمالية وأوروبا في «أمازون».

وأوضح كيف تستخدم الشركة الذكاء الاصطناعي عندما يتعلق الأمر بالخدمات اللوجستية، حيث يُستخدم في عمليات النقل بالاستفادة منه في الخرائط وتخطيط المسارات مع مراعاة بعض المتغيرات مثل أحوال الطقس. كما يُستفاد منه في مجال آخر، وهو عندما يبحث العميل عن منتج على «أمازون» فإنه يساعده على العثور على السلعة المناسبة.

ويشير بيريجو إلى أن «التركيز الرئيسي في الوقت الحالي بالنسبة إلى الشركة هو استخدام الذكاء الاصطناعي لتحديد مكان إيداع مخزوناتنا؛ لأن إيداع المخزون يعد من المجالات الأساسية لخفض كلفة الخدمة، حيث يقلص المسافة بين المستودع ومكان العميل».

التركيز على «الأقلمة»

وتركز «أمازون» على ما يسمى بجهود «الأقلمة» لشحن المنتجات إلى العملاء من المستودعات الأقرب إليهم، وليس من جزء آخر من البلاد. وبالطبع القيام بذلك يتطلب تقنية ذات مقدرة على تحليل البيانات والأنماط، للتنبؤ بالمنتجات التي ستكون مطلوبة وأين. وهنا يأتي دور الذكاء الاصطناعي. فإذا كان المنتج في مستودع قريب من مكان تواجد العميل، فستتمكن «أمازون» من التسليم في نفس اليوم أو في اليوم التالي، تماماً مثل ما تقدمه خدمة الاشتراك «برايم».

وقال بيريجو: «إن الجهود تتقدم بشكل جيد؛ ففي الولايات المتحدة أكثر من 74% من المنتجات التي يطلبها العملاء تأتي الآن من مراكز تلبية الطلبات داخل منطقتهم».

الروبوتات

وأيضاً تستخدم «أمازون» الروبوتات في مراكز تلبية الطلبات للمساعدة على المهام المتكررة مثل رفع العبوات الثقيلة، وقالت الشركة: «إن 75% من طلبات عملائها يتم التعامل معها جزئياً بواسطة الروبوتات». وعلى الرغم من الجدل مؤخراً حول كيفية تأثير الروبوتات والذكاء الاصطناعي، كتقنية «تشات جي بي تي»، في الوظائف، فإن بيريجو يصف الأتمتة بأنها «تعاون من الروبوتات»، ما يؤكد كيفية رؤية «أمازون» لعمل البشر والتكنولوجيا معاً.

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024