

Z roku na rok wzrasta liczba inteligentnych agentów, którzy potrafią zastępować ludzi w codziennych czynnościach biznesowych. Już teraz na rynku pojawiają się agenci potrafiący komunikować się w naturalnym dla człowieka języku i interfejsie. Na rynku instytucjonalnym są w stanie pełnić role reprezentanta firmy, który prowadzi interakcje z aktorami z otoczenia. Do ich możliwości należy umawianie spotkań, rezerwacja pokoi hotelowych, biletów lotniczych, czy też prosta obsługa klienta w rozwiązywaniu problemów. Wdrożenie takich rozwiązań jest związane z licznymi korzyściami natury ekonomicznej. Nieznane są jednak konsekwencje dla relacji biznesowych, jakie może mieć zastąpienie człowieka sztucznym bytem. Co więcej, w literaturze na temat relacji biznesowych istnieje założenie, że aktorami na rynku są ludzie bądź organizacje. Inteligentni agenci posiadają pewne cechy, które pozwoliłyby je postrzegać jako nowy typ aktora. W związku z tym nie jest wiadome czy uczestnicy rynku będą postrzegać inteligentnego agenta jako aktora, czy też jako zasób (narzędzie) oraz jakie implikacje to może mieć dla relacji biznesowych.

Celem projektu jest konceptualizacja oraz zrozumienie nadawania tożsamości i sensu (ang. sensemaking) inteligentnym agentom, wraz z wpływem tych procesów na relacje biznesowe. Celami szczegółowymi są (1) konceptualizacja problemu tożsamości inteligentnych agentów; (2) rozpoznanie w jaki sposób proces nadawania sensu postępuje w czasie; (3) określenie wpływu wyników nadawania sensu inteligentnym agentom na relację biznesową.

Plan badawczy zawiera przeprowadzenie studiów przypadku oraz eksperymentu bazującego na symulacji biznesowej. Studium przypadku będzie badać kwestie związane z wyżej wspomnianymi problemami na podstawie sytuacji wprowadzania inteligentnych agentów do istniejących już relacji biznesowych. Natomiast eksperyment celuje w zrozumienie procesu nadawania sensu inteligentnym agentom w czasie i wpływ tego na relację biznesową.

Wkład projektu w naukę można dostrzegać w kilku wymiarach. Po pierwsze, będzie on prowadził do ukazania podwójnego charakteru tożsamości inteligentnych agentów. Po drugie, dzięki wykorzystaniu ujęcia dynamicznego będzie stanowił bliższe spojrzenie na proces nadawania sensu. Po trzecie, pozwoli lepiej zrozumieć konsekwencje wprowadzenia inteligentnych agentów do relacji biznesowych.