

## ANALIZĂ: Ce job ar putea avea ChatGPT în companiile din România



**Tehnologia ChatGPT, care generează răspunsuri și texte cu ajutorul inteligenței artificiale, ar putea îndeplini diverse sarcini și roluri, mai ales cele care implică munca repetitivă, în companiile din România. Concret, ChatGPT ar putea fi asistent, arhivist, analist de date, creator de conținut pentru blog sau copywriter junior, având un rol de suport pentru angajații români. Totodată, ChatGPT îi degreavează pe angajați de anumite sarcini și le oferă noi oportunități profesionale. Astfel, aceștia pot să obțină funcții mai importante și să evolueze profesional și personal, potrivit unei analize realizate de mai multe companii de IT, marketing digital și HR din România.**

### **ChatGPT poate scăpa românii de munca plictisitoare**

Companiile din România consideră că ChatGPT sau o tehnologie similară nu ar putea înlocui angajații, ci mai degrabă ar putea să preia o parte din activitățile zilnice, în special cele de rutină.

“În momentul acesta, ChatGPT ar putea avea cu succes un post de arhivist, pentru generarea diverselor informații legate de evenimente, și un post de copywriter junior”, crede **Andrei Georgescu**, *co-fondator White Image*, cea mai mare companie de email marketing din România. Antreprenorul punctează că aplicația nu va putea înlocui munca unui profesionist, ținând cont că în prezent livrează foarte multe răspunsuri eronate, însă diverse poziții de juniori ar putea fi afectate.

În același timp, în opinia antreprenoarei **Roxana Epure**, *Managing Partner NextUp Solutions*, tehnologiile avansate, cum este și ChatGPT, reprezintă o manifestare a nevoilor de automatizare a mediului de business.

“ChatGPT poate prelua orice task repetitiv, cum ar fi informări necesare clienților sau sarcini de evaluare cum sunt sondajele de măsurare a satisfacției clienților. Astfel, îi pot susține pe angajații mei să scape de munca plictisitoare și să aibă timp și energie să fie creativi. Pentru roboți nu este importantă poziția ierarhică, așa că nu mă-aș responsabiliza să îl promovez, ci să îl încarc cu cât mai multe sarcini de comunicare interdepartamentală sau cu clienții”, declară Roxana Epure, *Managing Partner NextUp Solutions*, una dintre cele mai mari companii românești de soluții software.

Și **Daniel Ene**, *CMO&Partner Limitless Agency*, una dintre cele mai mari agenții de marketing digital, punctează că, dacă ChatGPT ar fi un angajat, ar primi un post pentru suport pentru ajutarea angajaților, pentru a putea învăța și optimiza fluxurile din fiecare departament.

De asemenea, **Elena Georgescu**, *fondator al companiei de headhunting True People*, consideră că joburile de analiză a datelor, programare, cercetare sau administrare de date pot fi îndeplinite parțial de tehnologii ca

ChatGPT. În schimb, joburile care necesita creativitate, interacțiune umana și inteligența emoțională ridicată nu vor fi ușor de replicat de astfel de tehnologii.

### **Ar putea ChatGPT înlocui managerii în companii?**

Potrivit reprezentanților companiei METAMINDS, deși ChatGPT poate îndeplini diverse sarcini și roluri într-o organizație, nu are aceleași abilități și calități pe care le au oamenii și care sunt necesare pentru pozițiile de conducere. “Prin urmare, ChatGPT ar fi mai potrivit ca instrument sau asistent decât ca angajat sau manager într-o organizație. ChatGPT poate ajuta în cercetare, analiza, raportare, comunicare și rezolvare de probleme, dar nu poate înlocui judecata umană, creativitatea, empatia, etica și viziunea”, explică **Marius Marinescu**, CTO METAMINDS. Specialistul în securitate cibernetică subliniază că ChatGPT poate fi folosit și pentru activități distructive, de către infractorii ciberneticici, pentru a genera e-mailuri de phishing sau cod malițios pentru atacuri malware pe scară largă, atacuri ce pot ocoli metodele tradiționale de detectare.

Și reprezentanții companiei de IT Thoughtworks România subliniază că aplicația ChatGPT nu ar putea îndeplini responsabilități importante într-o companie și nici nu ar putea înlocui angajații. Potrivit **Inei Iovițoiu**, Lead Data Scientist la Thoughtworks România, tehnologia ChatGPT nu are capacități de a lua decizii logice care implică critica fiindcă momentan nu excelează la acest capitol, motiv pentru care nu ar putea ajunge foarte sus în ierarhie. Astfel, în opinia specialistului, un rol potrivit ar putea fi acela de asistent inteligent pentru departamentul de Customer Support, unde poate îndruma clienții în diferite procese operaționale sau furniza informații de bază.

### **ChatGPT, soluție de bază în industria de marketing?!**

Având în vedere că principala abilitate a ChatGPT este crearea de text, acesta ar putea avea un rol important în activitățile de marketing, aducând schimbări mari în industria creativă.

Potrivit specialiștilor de la White Image, cea mai mare agenție de email marketing din România, ChatGPT poate fi folosit parțial în activități de creație și de SEO în agenții de publicitate, de marketing digital sau în departamentele de marketing ale companiilor. “Nu cred că ChatGPT ar putea fi o tehnologie de bază în marketing, în condițiile în care toate informațiile pe care le furnizează trebuie verificate și nu poate analiza situații complexe. Oricât se speculează pe această temă suntem departe de acest punct”, explică **Andrei Georgescu**, co-fondator White Image.

Totodată, **Daniel Ene**, CMO&Partner Limitless Agency, subliniază că o aplicație ca ChatGPT nu va putea înlocui un om sau un departament în industria de marketing digital, însă posibilitățile sunt nelimitate. În opinia specialistului în marketing digital, ChatGPT poate crea anunțuri, genera idei de conținut și texte pentru site-uri și bloguri, cauta cuvinte-cheie, genera titluri și descrieri pentru zona de SEO și, implicit, poate genera conținut pentru paginile de produse și paginile de categorii dintr-un magazin online. “Cel mai greu lucru pentru acest tool este partea de SEO pentru un site sau magazin online. Nu vedem să fie posibil acest lucru cel puțin în viitorul apropiat, însă ne poate ajuta foarte mult. Momentan din testele făcute de noi, cel puțin pe România și în limba română, rezultatele nu sunt grozave, însă știm că vor fi mult îmbunătățite în perioade scurte”, conchide Daniel Ene.

În cele din urmă, din perspectiva de recrutare de angajați, **Elena Georgescu**, fondatoarea True People, punctează că inteligența artificială poate înlocui toate rolurile care se bazează pe informații și analiza datelor, însă nu și pe cele care se bazează pe componenta umană, emoțională, pe empatie și pe relația între oameni. Joburi cu componenta tip chatbot pentru customer support, roluri de analist, raportari de date, elemente de comunicare și programare de bază pot fi făcute de tehnologie, însă este puțin probabil ca AI să preia roluri de strategie și de leadership și de comunicare de criză sau chiar comercială.