

2. Устойчивое бизнес-моделирование - ориентация на экологическую и социальную ответственность.

Актуальными моделями развития среднего бизнеса на 2023 год, исходя из потребностей социума на данный момент времени являются:

1. Франчайзинг – это бизнес-модель, которая позволяет среднему бизнесу быстро расширять свою деятельность путем передачи лицензии на использование бренда и технологий другому предпринимателю за определенную плату.

2. Круговая экономика – это модель, в которой отходы одного производства становятся сырьем для другого.

Исходя из рассмотренных моделей развития бизнеса выделены следующие рекомендации по подготовке перед применением той или иной модели в рамках развития малого бизнеса:

1. Рассмотреть возможность создания бизнес-плана, который включает в себя долгосрочные цели, план действий и бюджет.

2. Инвестировать в обучение и развитие команды, чтобы улучшить качество обслуживания клиентов и увеличить продажи [3]

Рекомендации для развития среднего бизнеса в условиях применения актуальной модели:

1. Развивать коммуникационные и компетентности управления персоналом.

2. Сокращать издержки, договариваться о лучших условиях поставок с поставщиками и решать вопросы схожи в ряде.

Выводы могут быть полезны для специалистов в области изучаемой проблемы. Последующие исследования могут базироваться на полученных результатах, чтобы продолжить изучение данной темы в широком контексте.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что для развития малого и среднего бизнеса существует множество актуальных бизнес-моделей. Однако, выбор той или иной модели должен быть обоснован исходя из текущих трендов рынка и потребностей целевой аудитории.

#### **Список использованных источников**

1. Гапоненко А. Л., Савельева М. В. Теория управления: учебник. М.: Юрайт, 2015 – 342 с.

2. Кузнецов Б.Т. Стратегический менеджмент: учебное пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.- 624 с.

3. Шашкова И.Г. Методы управления на предприятиях АПК в рыночных условиях: автореферат диссертации. М: Elibrary. Ru, 2004 - 25 с.

## **ПРИМЕНЕНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В СТИМУЛИРОВАНИИ ПРОДАЖ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

**А.Н. Кузнецов**

Научный руководитель Т.Б. Заводчикова  
Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева

Современная цифровая экономика играет решающую роль в развитии и оптимизации бизнеса. Благодаря быстрому развитию информационных технологий и доступу к ресурсам и сервисам появились новые подходы в сфере маркетинга и продаж. Одним из наиболее значимых инновационных инструментов является искусственный

интеллект (ИИ) [1]. Значительный рост инструментов ИИ обусловлен необходимостью совершенствования маркетинга, сервисного обслуживания клиентов и оптимизации бизнес-процессов. По оценкам бизнес-аналитиков, основные преимущества ИИ в бизнесе заключаются в следующем:

- улучшение качества принимаемых решений;
- повышение уровня обслуживания клиентов и освоение новых технологий;
- уменьшение рисков и создание возможности использования новых бизнес-моделей;
- экономия ресурсов и сокращение издержек [2].

С помощью алгоритмов ИИ происходит автоматизация и оптимизация процессов в бизнесе. Системы могут анализировать информацию из различных источников и на их основе делать прогнозы. ИИ – это программный комплекс, который планирует, решает поставленные задачи и улучшает свою работу в процессе их выполнения. Использование ИИ позволяет автоматизировать практически любой процесс, настроить его в соответствии с конкретной задачей бизнеса. Работа ИИ со временем становится более эффективной за счет постоянного обучения. Повышение степени конкретизации запроса к ИИ существенно улучшает его функционирование [3].

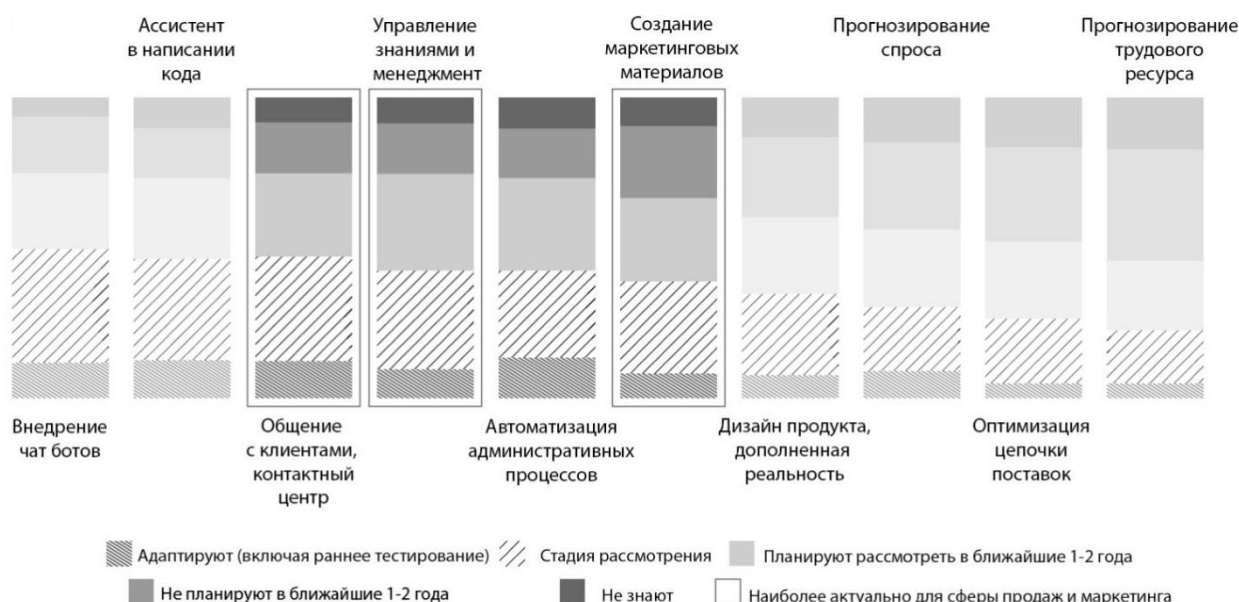


Рисунок 1 - Доля B2B компаний, внедряющих или планирующих внедрить генеративный ИИ

По оценкам экспертов, в B2B-сегменте (бизнес для бизнеса) наибольшее влияние генеративного ИИ наблюдается в продажах и маркетинге. По данным исследований, в 2023 году в мировой практике насчитывается более 550 предприятий, имеющих опыт внедрения ИИ в продажи и маркетинг. Около 40% респондентов планируют внедрить или внедряют ИИ (рисунок 1) [4].

По мнению экспертов, эффективным подходом к использованию генеративного ИИ является определение нескольких областей применения, в которых персонал работает с данными и технологиями. Учитывая общедоступность существующих технологий, первые компании, внедряющие их, получают преимущество в конкурентной среде. Активизация использования генеративного ИИ обусловлена высокой зависимостью отделов продаж и маркетинга от обработки неструктурированного текста. Именно такой подход получил наибольшее развитие в последнем поколении генеративного ИИ, основными преимуществами которого являются:

- возможность автоматизации рассылки электронных писем и анализа последующих сделок, на основе использования автономных программ изучения клиентов;

- увеличение эффективности работы отдела продаж на основе использования менеджером виртуального ассистента, обладающего базой информации о специфике продаваемой услуги не только у компании, но и у конкурентов;

- автоматизация процесса обработки входящих обращений от клиентов, основанная на анализе генеративным ИИ базы успешных ответов на входящие обращения;

- возможности персонализации текста автоматизированными генераторами, использующими информацию о клиенте и его потребностях.

В конечном итоге, применение генеративного ИИ способствует росту продуктивности отделов продаж и маркетинга, обеспечивая устойчивое развитие компании без дополнительных затрат [4].

По мнению специалистов, генеративный ИИ, обученный на большом объеме данных, способен адаптироваться к решению задач на основе новых данных, получаемых от менеджера. Новое поколение ИИ требует меньший массив данных, но имеет больше возможностей его применения. При этом выбор наиболее высокоприоритетных областей применения генеративного ИИ становится достаточно сложным. Особую важность в процессе внедрения генеративного ИИ в компании имеет оперативность, а также стратегическая направленность. Ключевую роль в разработке стратегии выбора области применения генеративного ИИ в работе компании играет должность менеджера [3].

| Продажи  | Маркетинг  | Коммерческие операции                                       | Ценообразование                                    |
|--|--|---|--|
| <b>Ассистент менеджера по продажам</b><br>Содержит базу знаний по эффективным продажам, автоматизирует рутинные простые задачи и помогает в создании персонализированных текстов для холодных писем. | <b>Ассистент по созданию маркетинговой стратегии</b>                       | <b>Ассистент по коммерческой стратегии и операциям</b>      | <b>Ассистент по умному ценообразованию</b>         |
| <b>Ассистент лидера продаж</b>   | <b>Ассистент по увеличению спроса и привлечению потенциальных клиентов</b> | <b>Ассистент коммерческой поддержки</b>                     | <b>Ассистент по исполнению и выделению бюджета</b> |
| <b>Виртуальный менеджер по развитию бизнеса (агент)</b>  | <b>Агент по маркетинговым кампаниям и контенту</b>                         | <b>Поддержка клиентов и опыт взаимодействия с клиентами</b> |  |
| <b>Ассистент, основанный на технологиях продаж</b>   | <b>Агент по маркетинговым операциям</b>                                    | <b>Агент службы поддержки клиентов</b>                      | <b>Ассистент или агент по клиентскому успеху</b>   |
| <b>Ассистент или агент по работе с партнерами</b>  |  | <b>Ассистент по аналитике понимания со стороны клиентов</b> |  |

Рисунок 2 - Пакеты решений использования генеративного ИИ

Наиболее эффективным считается подход, в котором формируется пакет решений, содержащий варианты использования генеративного ИИ. Например, данный пакет может включать в себя виртуального ассистента, который содержит базу знаний по эффективным продажам или может автоматизировать простые задачи, а также помогать в составлении персонализированных текстов для писем (рисунок 2) [4].

Представленные на рисунке 2 ассистенты повышают эффективность работы менеджера, а агенты автоматизируют определенные рабочие задачи, увеличивая результативность. Пакет решений, обозначенный на рисунке 2 как ассистент менеджера по продажам, содержит базу знаний по эффективным продажам, автоматизирует рутинные задачи и предоставляет другие сценарии использования:

- формирование повестки деловых встреч и их результатов;
- ответы на запросы предложений;
- поддержка в проведении сделки;
- генерация текстов для продаж;
- совершенствование системы управления знаниями;

- руководство и коучинг;
- аналитика продаж.

В каждом пакете расставляются приоритеты вариантов использования ИИ в соответствии с выбранной целью, временем ее реализации, способностью компании к их внедрению и связанными с этим рисками. Данный подход позволяет оценить результативность выбранных сценариев с привлечением незначительного числа менеджеров. Он также позволяет разработать инструкции, которые можно перепрофилировать для других вариантов использования ИИ в той же области, что способствует более оперативному принятию последующих мер. Тем самым увеличивается ценность каждого пакета решений. По оценкам экспертов, результатом внедрения компаниями генеративного ИИ, является увеличение эффективности работы отделов продаж. Новое поколение генеративного ИИ требует меньше данных от конечного пользователя, что сокращает время проверок концепции его внедрения по сравнению с предыдущими поколениями ИИ [5].

Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что оперативное внедрение генеративного ИИ в бизнес-процессы позволяет компаниям сэкономить средства с возможностью их последующего реинвестирования. Целесообразность его применения обусловлена выявленными в процессе анализа преимуществами генеративного ИИ, связанными с ростом продуктивности отделов продаж и маркетинга, повышением эффективности деятельности компаний и их конкурентоспособности.

#### **Список использованных источников**

1. Трофимова Г.А. Цифровая трансформация в России в условиях санкций // Журнал прикладных исследований. – 2022. – №8. – С. 104-107.

2. Дементьев К. И. Анализ мирового опыта применения искусственного интеллекта для оптимизации бизнес-процессов предприятий // Управленческое консультирование. 2023. № 1. С. 107–120.

3. «Генеративный искусственный интеллект — главный тренд этого года» [Электронный ресурс] // «Сбер». –2023. –URL: <https://sberlabs.com/news/generativnyy-iskusstvennyy-intellekt-glavnyy-trend-etogo-goda/> (дата обращения 27.10.2023).

4. How Generative AI Is Forging Productivity in Sales and Marketing [Электронный ресурс] // “Bain & Company”. –2023. –URL: <https://www.bain.com/insights/how-generative-ai-is-forging-productivity-in-sales-and-marketing/> (дата обращения 27.10.2023).

5. How To Use AI For Sales To Boost Your Bottom Line [Электронный ресурс] // “people.ai”, –2023. –URL: <https://www.people.ai/blog/6-ways-companies-are-using-ai-for-sales-to-become-more-efficient> (дата обращения 27.10.2023).

## **КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ**

**Д.О. Ласкин**

Научный руководитель Т.Б. Заводчикова  
Самарский национальный исследовательский университет  
имени академика С.П. Королева

Грамотная разработка стратегий - это залог успешного развития компании. Стратегическое управление осуществляется высшим руководством компании в целях обеспечения эффективности развития бизнеса и получения прибыли. Оно заключается в