

ВНЕДРЕНИЕ ИИ-АГЕНТА В БИЗНЕС-ПРОЦЕССЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ ДЛЯ E-COMMERCE БИЗНЕСА

Садковкин А.А. (Калужский филиал РАНХиГС)

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры делового администрирования и рыночной аналитики, Гуляк Д.Р.
(Калужский филиал РАНХиГС)

Введение. В настоящий момент происходит глобальная трансформация экономики, связанная с повсеместным внедрением различных технологий искусственного интеллекта в бизнес-процессы организаций по всему миру. В ходе этого перехода формируется новый тип бизнес-моделей – AI business model [1]. Безусловно данный переход влияет на конкурентоспособность современной E-commerce организации, в условиях высокодинамичной конкуренции на российском рынке считается важным обеспечить переход бизнеса с ориентацией на принципы человекоцентричности, а также на снижение издержек, что позволяет оставаться на высоких позициях в рамках конкурентной борьбы [2,3]. AI-агенты являются одним из ведущих прорывов 2025 года, большинство компаний уже сейчас стремятся активно внедрять данные системы, однако перед непосредственным внедрением считаем важным сформулировать корректное определение. ИИ-агенты — это механизмы рассуждения, способные понимать контекст, планировать рабочие процессы, подключаться к внешним инструментам и данным, а также выполнять действия для достижения поставленной цели [4].

Основная часть. С помощью нотации BPMN необходимо определить потенциальные бизнес-процессы для внедрения AI-агентов, при этом необходимо отметить затраты на обеспечение выполнения данного процесса на данный момент, оценить эффективность расходования средств и предложить модель оптимизации распределения затрат. При этом важно, чтобы предложенная модель AI-агента позволяла соответствовать принципам человекоцентричности и ориентированности на клиента в организации, основная цель внедрения инновации – сформировать пользовательский опыт устойчивым, повлиять на такие показатели как CSI, FCR и LTV каждого клиента. В рамках решения мы предлагаем формировать AI-агента на основе использования API готовых LLM (Large Language Model) от компании DeepSeek для интеграции в интерфейс сайта + считаем важным организовать дополнительное дообучение модели на релевантных платформе данных (например, истории взаимодействий с клиентами) для понимания контекста запросов. Оценка финансового эффекта от работы AI-агента будет формироваться за счет разницы между показателями финансового эффекта As Is и To Be процесса. В методологию подсчета предлагаем включить количество обращений клиентов, среднее время работы над 1 обращением, стоимость 1 минуты работы над обращением, данные показатели взяты на основе ресерча информации в открытом доступе от бывших и нынешних сотрудников E-commerce платформ, средняя стоимость одной минуты обработки обращения взята на основе данных о рыночной зарплате сотрудников данного функционала, среднего времени обработки 1 обращения и, соответственно, высчитанного на основе этого итогового количества обращений в день. При этом при оценке эффекта от внедрения AI-агенты мы убеждены, что модель способна, после дообучения на данных компании, выдавать корректный ответ в 50% случаях при этом каждый ответ модели валидируются (перепроверяется и оценивается) человеком, также будем учитывать затраты разработку и интеграцию модели в существующие системы.

Выводы. Построен бизнес-процесс взаимодействия с клиентами для E-commerce, предложена технологическая модель ИИ-агента, который способен реализовывать задачи в рамках данного процесса автономно, при этом эксперт проводит валидацию ответов модели и корректирует ее. Также предложена модель оценки финансового эффекта и качественного

эффекта во взаимодействиях с пользователями на основе продуктовых метрик от внедрения ИИ-агента.

Список использованных источников:

1. Mishra, S., Tripathi, A.R. AI business model: an integrative business approach. J Innov Entrep 10, 18 (2021). <https://doi.org/10.1186/s13731-021-00157-5>
2. Andrius Grybauskas, Jeisson Cárdenas-Rubio,Unlocking Unlocking employer insights: Using large language models to explore human-centric aspects in the context of industry 5.0, Technological Forecasting and Social Change, Volume 208, 2024,123719,ISSN 0040-1625, <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123719>.
3. Bain & Company, Kantar, Qualtricks Global Standards for Customer Experience Teams. (2024). Global Research, №1, 1-13.
4. Deloitte, How AI agents are reshaping the future of work. (2024). Deloitte AI Institute, №1 1-18.