

НИКИТА ТИТОВ

СТРАТЕГИЯ 2030

КАК МЕНЯЕТСЯ ЛОГИКА
ВЫБОРА, БИЗНЕСА И ЖИЗНИ
В ЭПОХУ AI-АГЕНТОВ

Никита Сергеевич Титов

СтратегИИЯ 2030

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=73181413

SelfPub; 2026

Аннотация

Эта книга – не о технологиях и не о нейросетях как таковых. Она о сдвиге, который происходит с логикой выбора, бизнеса и жизни в мире, где решения всё чаще принимают AI-агенты.

2026 год становится точкой перелома:

AI перестаёт быть инструментом и превращается в инфраструктуру – систему, на которую опираются процессы, стратегии и ответственность.

К 2030 году этот сдвиг меняет не только бизнес-модели и маркетинг, но и само положение человека в принятии решений.

В книге «СТРАТЕГИИЯ 2030» Никита Титов последовательно разбирает:

- как и почему выбор становится фоновым,
- кто и по каким правилам принимает решения вместо человека,
- почему данные не станут «общими», а рынок сложится из федеративных контуров,
- как изменится маркетинг, бренды и доверие в эпоху AI-агентов,
- и что остаётся человеку, когда автоматизируется почти всё.

Это книга для предпринимателей, стратегов, руководителей и всех, кто работает с будущим не на уровне хайпа, а на уровне системных решений.

Содержание

Введение. Почему эта книга появилась именно сейчас	8
Глава 1. Когда AI перестаёт быть помощником	10
Глава 2. От запросов к ответственности	15
Глава 3. Почему автоматизация – это не про скорость	21
Глава 4. Что на самом деле изменилось в 2023–2025	25
Глава 5. 2026: момент, когда всё встало на свои места	29
От интерфейсов к действию	33
Глава 6. 2026 – год AI-агентов	37
Глава 7. 2027 – когда AI становится организацией и ответственностью	44
Конец ознакомительного фрагмента.	48

Никита Титов

СтратегИИя 2030

От автора

Приветствую тебя, дорогой читатель.

Прежде всего я хочу поблагодарить тебя за выбор этой книги.

Уверен, она оставит правильный след в твоём взгляде на развитие себя как личности и на развитие твоего бизнеса.

Эта книга не о том, что такое искусственный интеллект и не о том, как правильно пользоваться ChatGPT.

Она о другом.

Она о том, как будет меняться реальность бизнеса в ближайшие годы.

Как трансформируются социальные сети и способы продвижения.

Какие инструменты окончательно перестанут работать, а какие, наоборот, снова станут актуальными – но уже по другим правилам.

Мы поговорим о том, как изменится логика выбора това-

ров и услуг с приходом AI-агентов, и о самом важном вопросе этого периода:

кто будет принимать решение – человек или машина?
Эта книга о стратегии.

О том, как выстраивать развитие бизнеса в эпоху цифровых систем и автономных решений.

И о том, можно ли продолжать действовать привычными методами —

или каждому бизнесу придётся сделать сложный, но неизбежный выбор.

Выбор между косметическими изменениями

и глубокой пересборкой методологии, маркетинга и мышления.

Я писал эту книгу для предпринимателей, руководителей и людей, которые чувствуют, что мир меняется быстрее привычных моделей.

Для тех, кто не хочет догонять изменения постфактум, а стремится понимать их логику и занимать в ней устойчивое место.

Если эта книга поможет тебе яснее увидеть происходящее

и принять более осознанные решения – значит, она выполнит свою задачу.

Введение. Почему эта книга появилась именно сейчас

Я не писал эту книгу как прогноз и не писал её как инструкцию.

Я писал её как фиксацию момента. Момента, в котором стало ясно: мы больше не имеем дело с инструментом. Мы имеем дело с системой, которая начинает принимать решения за человека – в бизнесе, в выборе, в жизни.

За последние годы вокруг AI появилось слишком много шума. Одни говорят о чудесах, другие – о катастрофе. Но почти никто не говорит о самом важном: о смене логики ответственности.

Когда решения ускоряются, а выбор делегируется, вопрос «что может технология» перестаёт быть главным. Главным становится вопрос: кто за это отвечает – и где в этой системе находится человек.

Эта книга родилась не из теории. Она выросла из практики, наблюдений и разговоров с предпринимателями, руководителями и людьми, которые уже живут внутри этих изменений. С теми, кто внедряет AI не ради эксперимента, а ради результата – и сталкивается с тем, что автоматизация неожиданно обнажает отсутствие стратегии.

Я писал эту книгу для тех, кто чувствует:

ускорение есть,

инструментов всё больше,

а ясности – не прибавляется.

Для тех, кто понимает, что в мире AI-агентов выиграют не самые быстрые и не самые технологичные, а те, у кого есть внутренний вектор, границы и ответственность.

«СТРАТЕГИИЯ 2030» – это не попытка ответить на все вопросы.

Это попытка правильно их поставить.

Если после этой книги у вас станет меньше суеты и больше ясности – значит, она написана не зря.

Для этого рекомендую: задавайте вопросы, выделяйте пару минут после каждой главы на рефлексии, записывайте мысли или инсайты

(можете прямо в книге или в заметках).

Глава 1. Когда AI перестаёт быть помощником

Нас долго учили, что свобода – это выбор.

Чем больше вариантов, тем мы свободнее.

Чем больше товаров, мнений, курсов, экспертов, брендов, тем выше качество решений.

Нам говорили: сравни, подумай, разберись, выбери осознанно.

И какое-то время это работало.

Но незаметно для себя мы вошли в точку, где выбор перестал быть свободой. Он стал нагрузкой.

Сегодня выбор – это не акт воли.

Сегодня это процесс, который съедает время, внимание и энергию ещё до того, как начинается жизнь.

Чтобы купить вещь, нужно:

- найти
- сравнить
- прочитать
- усомниться
- отложить
- вернуться
- снова сравнить

– и в итоге либо купить, либо устать и закрыть вкладку.

Чтобы выбрать подрядчика, обучение, специалиста или решение для бизнеса – нужно пройти этот же путь, только в десять раз длиннее и тревожнее.

И каждый раз мы делаем вид, что это нормально. Что это и есть «осознанный выбор».

Но есть простая правда, которую почти никто не проговаривает:

Человек не эволюционировал для такого количества решений.

Наш мозг не рассчитан на тысячи вариантов, постоянные обновления, бесконечные сравнения и ответственность за каждый выбор.

Он хорошо работает в мире ограниченных опций и понятных последствий. Но не в мире бесконечных лент.

Поэтому с нами происходит странная вещь.

Мы вроде бы выбираем больше, но живём – меньше.

Выбор стал фоновым шумом, который не прекращается никогда.

Даже когда мы ничего не делаем, мы потенциально что-то выбираем.

Даже отдых превратился в решение: где, как, с кем, правильно ли.

В этот момент происходит перелом, который редко осознаётся.

Человек перестаёт быть субъектом выбора. Он становится

узким местом системы.

Не потому что он слаб.

А потому что среда стала сложнее, чем индивидуальное мышление.

Рынок больше не ждёт, пока ты разберёшься.

Контент не ждёт, пока ты осмыслишь.

Бизнес не ждёт, пока ты взвесишь.

Всё ускорилося, разветвилось и усложнилось одновременно.

И именно сейчас возникает естественное желание — не отказаться от выбора, а снять с себя его тяжесть.

! “Пусть кто то подскажет.”

И этот путь мы уже начали. Сначала мы делегировали мелочи.

Плейлисты. Маршруты. Рекомендации.

Потом – больше.

Подбор товаров. Отелей. Еды. Фильмов.

! “Пусть система отфильтрует лишнее.”

А потом – самое важное.

Мы начинаем делегировать решения, а не советы.

Не потому что мы ленивы. А потому что хотим снова жить, а не бесконечно решать.

И здесь важно понять одну вещь.

Это не технологический сдвиг.

Это психологический и цивилизационный.

Мы не движемся к миру, где люди «перестают думать».

Мы движемся к миру, где люди перестают тонуть в выбо-
ре.

Человек не исчезает из процесса. Он меняет роль.

Он больше не сравнивает каждую опцию.

Он задаёт правила, по которым сравнение будет происхо-
дить.

Он не выбирает из тысячи вариантов.

Он определяет, какие варианты вообще имеют право по-
явиться.

Это тихий, но фундаментальный сдвиг.

От «я выбираю» к «я определяю, как будет выбрано».

И дальше эта логика начинает проникать во всё:

– в покупки

– в бизнес

– в образование

– в партнёрства

– в повседневную жизнь

Потому что выбор – это не цель. Выбор – это издержка.

Цель – результат.

Цель – состояние.

Цель – ощущение, что жизнь снова принадлежит тебе, а
не списку вариантов.

В этот момент и появляется запрос не на очередной ин-
струмент,

а на систему, которая умеет брать на себя рутину выбора, не отнимая у человека право решать главное.

И именно здесь начинается история, которую мы будем разбирать дальше.

История о том,
как решения постепенно переходят от людей к системам,
как человек перестаёт быть оператором
и становится архитектором правил,
и почему к 2030 году вопрос будет звучать не так:
| «Какой выбор сделать?»»

А так:

«Кто и по каким правилам выбирает за меня?»»

Глава 2. От запросов к ответственности

Часто я замечаю, что нам нравится думать о себе как об осознанных покупателях. Это приятная картина мира: я сравнил, понял, выбрал лучшее. Я не ведуся. Я принимаю рациональные решения. Я управляю своими желаниями. Замечали такое?

Эта картинка была полезна рынку и удобна человеку – ровно до тех пор, пока количество вариантов оставалось в человеческом масштабе. Пока можно было прочитать несколько отзывов, поговорить с двумя знакомыми, открыть три вкладки, принять решение и почувствовать удовлетворение: «я выбрал правильно». Но сегодня вокруг нас не рынок товаров. Вокруг нас – рынок решений, в котором на каждое «хочу» существует десяток категорий и сотня подкатегорий, а на каждое «надо» – тысяча предложений, отличающихся нюансами, которые невозможно проверить заранее.

В этот момент «осознанный потребитель» перестаёт быть реальностью и становится легендой, которую мы рассказываем себе, чтобы не признавать очевидное: современный человек физически не способен проверить то количество па-

раметров, которое влияет на покупку. Даже если он очень умён. Даже если у него высокий доход. Даже если он дисциплинирован. Проблема не в интеллекте, а в масштабе задачи.

Осознанность в классическом смысле – это когда ты понимаешь критерии, оцениваешь последствия и выбираешь.

Но что именно ты понимаешь, когда покупаешь услугу, которую нельзя потрогать?

Когда выбираешь курс, результат которого зависит не только от автора, но и от твоего состояния?

Когда выбираешь подрядчика, где на итог влияет команда, сезон, менеджер, нагрузка, коммуникация, цепочка согласований и десятки скрытых переменных?

В лучшем случае ты покупаешь обещание, упакованное в убедительный текст. В худшем – покупаешь тревогу, замаскированную под «возможность».

Вот почему миф об осознанном потребителе так живуч: он даёт нам ощущение контроля. Но рынок давно научился продавать не товар – а ощущение «я сделал правильный выбор».

И вы сталкиваетесь с этим ежедневно!

Красивые лендинги, отзывы, кейсы, рейтинги, упаковка, «социальное доказательство» – всё это часто работает не как

инструмент информирования, а как инструмент психологического облегчения: «можно не проверять, уже проверили за тебя». И в этом нет морали. Это просто устройство массового рынка.

Парадокс в том, что чем сильнее человек пытается быть осознанным, тем сильнее он перегружается. Он превращает жизнь в бесконечный аудит. Он сравнивает вместо того, чтобы действовать. Он удерживает в голове варианты вместо того, чтобы двигаться. Осознанность в таком виде становится не зрелостью, а издержкой.

И знаете, что происходит тогда? Включается защитный механизм: откладывание решений, усталость от выбора, импульсивные покупки, “срыв” в дешёвое удовольствие, отказ от долгосрочных решений, потому что на них не хватает внимания.

Если посмотреть на это без романтики, становится понятно: «осознанный потребитель» был временной моделью эпохи, когда главным ограничением был доступ к информации. Сейчас ограничение другое – способность обрабатывать информацию и не разрушаться от постоянной ответственности. Поэтому будущее – не в том, чтобы научить людей ещё лучше сравнивать. Будущее – в том, чтобы изменить архитектуру выбора.

И именно здесь появляется ключевой сдвиг, который мы уже нащупали в нашем разговоре: человек перестаёт быть тем, кто выбирает каждый раз, и становится тем, кто задаёт правила выбора. Это принципиально разные роли. В первой ты утопаешь в деталях. Во второй ты создаёшь систему предпочтений и границ: что для меня важно, что недопустимо, где я готов рисковать, а где нет, что я хочу выбирать сам, а что делегирую.

Важный момент: делегирование выбора не убивает человеческую свободу. Оно возвращает её. Потому что свобода – это не количество просмотренных карточек товара. Свобода – это возможность сохранить внимание для того, что действительно важно. Люди не перестанут хотеть красивого, вкусного и «моего». Но они перестанут делать вид, что могут рационально оценивать всё.

Рациональное будет уходить в слой автоматизации. Эмоциональное останется у человека – и, более того, станет дороже, потому что будет связано не с покупкой, а с идентичностью.

Здесь легко ошибиться и сделать примитивный вывод: «значит, эмоции победят, а рациональность проиграет». Нет. Произойдёт разделение. Рациональная часть выбора будет всё больше выполняться машинами – потому что это рабо-

та по сверке условий, рисков, совместимости, сроков, гарантий, качества исполнения. А человеческая часть выбора будет смещаться туда, где машина не заменяет смыслы: вкус, принадлежность, доверие, стиль, характер, ощущение “это моё”.

Именно поэтому в следующей логике рынка брендам придётся жить в двух слоях: быть понятными и проверяемыми для агентных систем – и быть живыми и значимыми для человека. Но это уже мост к практическим главам. Пока важно другое: мы официально признаём, что «осознанный потребитель» в массовом смысле – миф. Он не исчезает полностью, но становится исключением. А массовая норма постепенно меняется: вместо «я изучаю рынок» – «я задаю правила, по которым рынок будет выбран за меня».

Эта глава может звучать неприятно тем, кто привык строить продажи на идее «клиент всё поймёт, если ему объяснить». Но реальность мягче и взрослее: клиент понимает то, что может удержать. А всё остальное он будет делегировать. И это не деградация. Это адаптация к миру, в котором сложность стала больше человеческой головы.

Дальше, когда мы будем говорить о будущем, том будущем, которое мы можем ощутить уже сегодня. Мы поговорим о трендах и механиках 2026–2030 годов. Ма поговорим

о автоматизации и делегировании и эта мысль станет фундаментом.

Агенты, организации, экосистемы и протоколы появляются не потому, что это “прикольнo”. А потому что иначе рынок решений захлебнётся в собственной сложности.

И вместе с ним – человек.

Глава 3. Почему автоматизация – это не про скорость

Ещё совсем недавно, а во многих нишах и ещё вчера, контент считался главным рычагом влияния. Кто говорит громче, чаще, красивее и умнее – тот и выигрывает. Алгоритмы поощряли активность, аудитория росла, бренды верили, что если они правильно объяснят ценность, человек сделает выбор в их пользу.

2025, по моему мнению, стал пиком этой логики.

Годом фабрик контента.

Годом нейровидео, бесконечных текстов, автоворонок, прогревов и «умных» копирайтеров. Контента стало не просто много – его стало избыточно. И именно в этот момент вскрылась неприятная правда: увеличение объёма контента перестало приводить к увеличению влияния.

Контент продолжал потребляться, но перестал решать.

Люди смотрели, лайкали, сохраняли, пересылали – и всё чаще не принимали решений. Или принимали их импульсивно, не связывая с тем, что только что увидели. Возник разрыв между вниманием и действием. Контент стал фоном. Развлечением. Шумом. Иногда – поддержкой идентичности. Но всё реже – основанием для выбора.

Причина не в том, что контент стал плохим. Напротив – он стал слишком хорошим.

ИИ выровнял качество.

Убрал слабые тексты.

Убрал неубедительные формулировки.

Убрал большую часть «плохого» контента.

И тем самым лишил рынок главного различия – усилия.

Когда каждый может сделать красиво, быстро и убедительно, убедительность перестаёт быть преимуществом. Она становится базовой гигиеной. А всё, что становится гигиеной, перестаёт влиять на выбор.

Контент больше не сигнал качества.

Он сигнал присутствия.

И в этом месте происходит важный перелом: человек перестаёт использовать контент как инструмент сравнения. Он использует его как контекст жизни. Как подтверждение того, кто он, к чему принадлежит, что считает нормой. Контент перестаёт отвечать на вопрос «что выбрать» и начинает отвечать на вопрос «кто я».

Это очень тонкий, но принципиальный сдвиг.

Маркетинг долго строился на предположении, что если правильно донести информацию, человек рационально выберет. Но в мире перегрузки информация перестаёт быть дефицитом. Дефицитом становится способность действовать. И в этот момент контент, даже самый качественный, пере-

стаёт быть точкой принятия решения.

Решение начинает приниматься вне контента.

Не в посте. Не в видео. Не в сторис. А в системе, которая агрегирует, фильтрует и оценивает варианты до того, как человек вообще их увидит. Контент больше не продаёт напрямую, потому что продавать стало некому. Человек больше не находится в состоянии постоянной готовности выбирать. Он устал. Он делегирует. Он ищет не аргументы, а снижение нагрузки.

Именно поэтому возникает ощущение, что «маркетинг перестал работать», хотя на самом деле он просто сменил роль. Контент больше не механизм влияния на решение. Он механизм формирования предпочтения. Не выбора, а фона выбора. Не действия, а допуска.

Человек всё реже говорит: «я купил, потому что увидел этот пост».

И всё чаще: «я не знаю почему, но мне с ними спокойно». Это не иррациональность. Это адаптация.

Социальные сети в этой логике не исчезают и не превращаются в «ИИ для ИИ». Они перестают быть рынком и становятся пространством жизни. Там остаётся живое, неровное, человеческое. Юмор, сомнения, мысли, стиль, отношение. Но правила игры меняются: гнаться за подписчиками ради продаж становится бессмысленно, если продажи всё чаще проходят мимо контента, через системы подбора и реко-

мендации. И вот здесь появляется ключевой конфликт ближайших лет.

Бренды, которые продолжают верить, что контент – это основной рычаг продаж, будут наращивать объёмы и терять влияние. А бренды, которые понимают, что контент – это слой человеческого доверия, а не рационального выбора, начнут перестраивать архитектуру: отдельно – для машин, отдельно – для людей.

Контент не умер. Он просто перестал быть кнопкой. Он стал средой.

Именно поэтому дальше мы будем говорить не о том, «как делать контент лучше», а о том, где и как принимаются решения вместо контента. Потому что пока рынок продолжает спорить о форматах, решения уже уходят на другой уровень.

И если это не заметить вовремя, можно очень долго говорить правильно – и всё реже быть выбранным.

Глава 4. Что на самом деле изменилось в 2023–2025

Каждый рынок в какой-то момент перегревается.

Обычно это связывают с технологиями: «слишком много стартапов», «слишком быстрый рост», «пузырь». Но если смотреть глубже, становится очевидно: перегреваются не технологии. Перегревается количество решений, которые человек вынужден принимать.

Технологии – лишь ускоритель.

Настоящее давление возникает там, где на каждый шаг появляется десяток альтернатив, и за каждую нужно нести ответственность.

За последние годы рынок научился предлагать решения быстрее, чем человек способен их переварить. Любая проблема сегодня мгновенно обрастает сервисами, курсами, методологиями, инструментами и экспертами. Любая новая возможность превращается в ветку выбора. И вместо ощущения прогресса возникает ощущение постоянной незавершённости: как будто ты всё время что-то упускаешь.

Важно зафиксировать: это не кризис качества.

Это кризис принятия решений.

Большинство предложений на рынке объективно «нормальные». Они работают, выполняют свою функцию, дают результат. Но именно это и создаёт перегрев. Когда разница между вариантами не принципиальна, выбор становится не рациональным, а тревожным. Потому что каждый вариант кажется одновременно допустимым и недостаточным.

Раньше технология решала проблему и закрывала её.

Теперь технология открывает новые ветки, которые требуют новых решений. CRM требует внедрения. Внедрение требует подрядчика. Подрядчик требует контроля. Контроль требует отчётности. Отчётность требует аналитики. Аналитика требует интерпретации. И вот человек снова в центре – не как бенефициар прогресса, а как оператор бесконечного процесса.

Так появляется ощущение, что «мы внедрились всё, а стало сложнее».

И это ощущение не иллюзия.

Рынок перегрелся ещё и потому, что начал оптимизировать отдельные шаги, не оптимизируя путь целиком. Каждое решение локально улучшает процесс, но суммарно создаёт избыточную нагрузку на того, кто должен эти решения связать. Человек становится интерфейсом между системами, которые сами по себе не договариваются.

Отсюда и усталость от инноваций.

Не потому что они бесполезны.

А потому что они требуют ещё одного решения.

В этом месте возникает важное непонимание между рынком и реальностью. Бизнес продолжает предлагать новые инструменты, думая, что проблема в отсутствии возможностей. А человек на самом деле ищет не возможности, а снятие ответственности за микровыборы. Он хочет не ещё один сервис, а систему, которая скажет: «в этих условиях это оптимально, дальше думать не нужно».

Именно поэтому перестают впечатлять фразы вроде «мы внедрили ИИ», «у нас автоматизация», «у нас ai ассистенты». Это больше не ответ на вопрос рынка. Рынок не спрашивает «что у меня будет «под капотом». Он спрашивает: «мне станет проще или нет?»

Перегрев проявляется не в падении интереса к технологиям, а в падении терпения к сложности. Люди больше не готовы разбираться, как работает система. Они хотят понимать, что она с них снимает. Не функции. Не интерфейсы. Не гибкость. А нагрузку.

Это и есть точка, в которой старые модели ломаются.

Когда рынок был рынком инструментов, человек выбирал.

Когда рынок стал рынком решений, человек начал уставать.

Когда рынок становится рынком систем, человек вынужден делегировать.

И здесь важно не спутать делегирование с пассивностью. Делегирование – это не отказ от контроля. Это отказ от микроконтроля. Человек не хочет решать, какую кнопку нажать. Он хочет решать, какой результат для него приемлем.

Именно поэтому мы говорим в этой книге не о том, какие технологии победят, а о том, какие формы принятия решений переживут этот перегрев. Потому что перегрев не снимается очередным апдейтом. Он снимается только изменением архитектуры: кто, где и по каким правилам принимает решения.

Следующая глава логически неизбежна. Я не мог её пропустить, так как если рынок перегрелся от решений, то человек перестаёт быть эффективным оператором этих решений. И тогда возникает вопрос, который многие боятся сформулировать вслух:

кто становится узким местом системы – и что с этим делать?

Глава 5. 2026: момент, когда всё встало на свои места

Есть момент, который сложно принять, особенно тем, кто привык быть эффективным.

Человеку неприятно признавать себя ограничением. Хочется верить, что если ещё чуть-чуть ускориться, научиться, оптимизироваться, то система снова начнёт работать. Но в определённой точке это перестаёт быть правдой.

Человек действительно становится узким местом системы.

Не потому что он ленив.

Не потому что он некомпетентен.

А потому что система выросла быстрее, чем пропускная способность индивидуального внимания.

Современный бизнес, рынок и повседневная жизнь устроены так, что человек оказывается в центре потоков, которые он должен связать: сообщения, решения, согласования, выборы, исключения, уточнения, корректировки. Он становится живым маршрутизатором между системами, каждая из которых по отдельности работает неплохо, но вместе – требует постоянного ручного вмешательства.

Это не баг. Это следствие роста.

В какой-то момент масштаб перестаёт упираться в технологии и начинает упираться в того, кто принимает решения. Не в смысле стратегии, а в смысле постоянного участия. Человек вынужден быть везде: проверить, уточнить, подтвердить, отклонить, ответить. И чем лучше он справляется, тем больше на него вешается. Эффективность становится ловушкой.

Парадокс в том, что именно самые ответственные и вовлечённые люди первыми доходят до предела. Они держат слишком много контекста. Они помнят слишком много нюансов. Они слишком часто принимают решения, которые можно было бы формализовать. И в какой-то момент система начинает работать на них, а не для них.

Здесь важно сделать точное различие.

Человек плохо масштабируется как исполнитель.

Но прекрасно масштабируется как архитектор.

Проблема не в том, что человек принимает решения.

Проблема в том, что он принимает слишком много однотипных решений, которые не требуют уникального мышления, но требуют внимания и ответственности. И если вы с этим уже сталкивались, то согласитесь, что это истощает. Главное, что это снижает качество тех решений, которые

действительно важны.

Рынок долго пытался решить это через делегирование людям. Ассистенты, проджекты, команды. Но это лишь переносит узкое место. Потому что каждый новый человек требует координации, обучения, контроля и всё равно замыкается на том, кто несёт финальную ответственность.

И многие бизнесы живут в этом годами!

Узкое место просто становится шире, но не исчезает.

В этот момент и возникает системная необходимость в другом типе делегирования – не людям, а системам.

Не задач, а правил.

Не действий, а критериев принятия решений.

Человек перестаёт быть тем, кто нажимает кнопки, и становится тем, кто определяет, какие кнопки вообще имеют смысл. Он больше не следит за каждым шагом, а задаёт рамки: что допустимо, что недопустимо, где риск приемлем, а где нет, что считать успехом, а что – ошибкой.

Это и есть взросление роли.

Не отказ от контроля, а отказ от ручного контроля.

Не потеря власти, а переход к власти другого уровня.

Важно понять: системы не «забирают» у человека решения. Они забирают у него нагрузку, которая мешает принимать решения стратегического уровня. И чем раньше это

осознаётся, тем меньше сопротивления вызывает последующий переход.

Потому что следующий шаг неизбежен.

И если человек – узкое место системы, а рынок продолжает усложняться, то система будет перестраиваться так, чтобы это узкое место, что? Правильно, обойти!

Конечно же не устранить человека. А всего лишь – изменить его функцию. Именно поэтому дальше мы будем говорить не о людях, а о агентах. Не как о технологии, а как о новом организационном слое между человеком и сложностью. О том, как появляются системы, которые берут на себя принятие решений в заданных рамках, и почему 2026 год становится не просто очередным годом ИИ, а точкой смены архитектуры.

От интерфейсов к действию

Чтобы передать контекст перед второй главой, я собрал для Вас факты, с которыми сложно спорить, но именно они определяют экспоненциальное развитие технологий и возможностей автоматизации множества процессов. Как бытовых, так и профессиональных.

Сегодня, когда я пишу эту книгу, я глубоко уверен, что ближайшие 3–5 лет интерфейсы, через которые человек будет взаимодействовать с AI и через которые AI будет понимать его потребности, пройдут несколько этапов эволюции. Эти изменения редко обсуждают в комплексе, но именно они определяют, как человек будет жить, покупать, работать и принимать решения в конце этого десятилетия.

Начнется всё с того, что AI войдёт в жизнь через разговор.

Голосовые ассистенты и диалоговые интерфейсы перестают быть форматом «запрос → ответ». Общение уже сейчас становится контекстным: система учитывает историю взаимодействий, интонацию, повторяющиеся темы, незавершённые вопросы. Человеку больше не нужно формулировать команды – он говорит, как говорит другому человеку. И цен-

ность здесь не в скорости ответа, а в накоплении разговорного контекста.

Да, до сих пор, многие потребители негативно относятся к роботизированным звонкам, но с каждым днём, благодаря крупным компаниям “живые” колл-центры заменяются на роботизированные и спустя X лет (я специально не говорю сколько, так как в подобных прогнозах легко ошибиться) люди будут относиться к подобным решениям так же спокойно, как к электробусам, гарнитурам с синхронным переводом и умным холодильникам.

Следующий этап – исчезновение ai приложений как формы.

AI перестанет быть отдельным сервисом и будет вшиваться в среду: дом, автомобиль, мессенджеры, часы, рабочие инструменты. Уже сейчас ИИ «сидит» на данных пользователя, а дальше только больше – графики, финансы, цели, приоритеты. ИИ будет предлагать решения прямо в момент жизни, а не в специально выделенном интерфейсе. Человеку больше не понадобится заходить «куда-то». Он просто живёт, а система присутствует рядом.

Финальный слой – пространственный.

Дополненная и смешанная реальность, AR-очки, новые

форматы визуального взаимодействия постепенно убирают саму идею интерфейса. AI начинает понимать человека не только по словам, но и по действиям: куда он смотрит, чему уделяет внимание, как реагирует, какие решения откладывает. И в финале о чём думает. Интерфейс растворяется. Остаётся среда, которая подстраивается под намерения.

Важно понять: это не история про удобство.

Это история про перераспределение ответственности за выбор.

Чтобы AI мог действовать, он должен понимать не только запросы, но и контекст. Не только желания, но и ограничения. Не только цели, но и реальные условия жизни человека. Именно поэтому данные перестают быть статичными и превращаются в динамический профиль потребностей, обновляющийся в реальном времени.

Именно здесь начинается следующий этап эволюции.

Пока человек взаимодействует с AI через интерфейсы, AI лишь помогает.

Но как только интерфейсы исчезают, а контекст становится непрерывным, AI перестаёт быть помощником и начинает действовать как единое целое с человеком.

И тут впору вспомнить роман Дэна Брауна “Происхождения” в котором он описал этот этап эволюции как – “Техниум”. Органический симбиоз машины и человека. Искус-

ственного интеллекта и физического тела.

И с этого момента вопрос уже будет не в том, как мы разговариваем с машинами.

Вопрос будет в том, какие решения мы доверяем машинам. Чем рискуем и чем готовы пожертвовать.

Итак, давайте я опишу своё видение развитие Ai автоматизации до 2030 года, выделяя ключевые моменты. Это видение позволит Вам понять тренд развития и внедрения технологий и, возможно, кому то из Вас подскажет путь развития своего проекта.

Глава 6. 2026 – год AI-агентов

Начну с того, что к этому моменту важно зафиксировать: 2026 год – это не очередной «год ИИ».

Это первый год, когда ИИ перестаёт быть инструментом и становится действующей стороной.

До этого момента ИИ отвечал.

Потом – говорил.

Теперь – начинает действовать.

И это не метафора.

В 2023–2024 годах ИИ существовал в логике реакции.

Человек задавал вопрос – система отвечала.

Это были боты, чаты, помощники. Полезные, но пассивные.

В 2025 рынок вошёл в фазу масштабирования смысла.

ИИ начал производить контент: тексты, видео, изображения, аватары.

Контент стал топливом. Но быстро выяснилось: топливо без двигателя не едет.

И вот здесь произошёл перелом.

2026 – это год, когда ИИ получает роль, а не задачу.

Не «сделай мне».

А – «отвечай за результат». У ИИ появляется контекст.

AI-агенты, появившиеся в 2025 году – это не боты и не интерфейс.

Это автономная роль в системе, у которой есть:



зона ответственности



правила принятия решений



память



границы



KPI

AI-маркетолог

AI-копирайтер

AI-тайм-кодер

AI-аналитик

AI-аудитор...

... и сотни и тысячи ассистентов, являющимися теперь частью агенских систем работают ежедневно в компаниях как с оборотом сотни тысяч рублей в год, так и в компаниях с

оборотом сотни миллионов в месяц. И

И не потому что так модно.

А потому что иначе бизнес не масштабируется.

Ключевая ошибка мышления, которую я заметил – считать, что ценность ИИ живёт в чате.

В 2026 она живёт между системами.

Между:



CRM



мессенджерами



телефонией



рекламными кабинетами



аналитикой



биллингом

AI становится операционной тканью бизнеса.

Он не заменяет человека.

Он убирает необходимость быть постоянно включённым.

Человек перестаёт отвечать на каждую заявку.

Он отвечает за архитектуру обработки заявок.

Именно поэтому в 2026 рынок перестаёт покупать:



промтты



«волшебных GPT»



отдельные инструменты

Потребитель начинает покупать:



схемы



логику



карты решений



сценарии отказа



контроль ошибок



юридические и этические рамки

AI-архитектор становится ключевой фигурой, потому что совпали три фактора:

Технологии стали доступными.

Модели выровнялись по качеству. ИИ стал commodity.

Инфраструктура дозрела.

API, CRM, телефония, аналитика – всё готово к связке.

Рынок устал от экспериментов.

Больше не спрашивают «что вы умеете».

Спрашивают: где деньги и где снижение нагрузки.

Я выделяю главные тренды 2026

1. AI-сотрудники вместо AI-инструментов

Компании будут говорить не «у нас внедрён ИИ»,
а «у нас работает AI-отдел».

2. Конец “просто контента”

Контент без системы – шум.

AI-контент либо встроен в процесс, либо не нужен.

3. Прагматизм вместо магии

Выживут не самые креативные, а самые структурные.

4. Малые команды – большие результаты

1 человек + 5–10 AI-ролей

становятся эффективнее, чем отдел без архитектуры.

Как это выглядит на практике:

Опишу типичный бизнес в 2026 году (сделаю это на при-

мере наших клиентов и интервью с предпринимателями, для которых внедрение ИИ – это не будущее, а настоящее):

- входящие заявки обрабатывает AI
- AI квалифицирует и сегментирует
- AI ведёт часть переписок и звонков
- AI ставит задачи человеку
- AI считает эффективность

Какая же роль отведена в этих процессах человеку? Человек остаётся стратегом и финальным контролем. И главное, не оператором, а управляющим.

Если кратко описать 2026 год на диаграмме развития внедрения AI, то 2026 – год, когда AI перестаёт быть инструментом

и стал инфраструктурой бизнеса.

2026 год – не первый год, когда AI массово проникает во все сферы бизнеса, создает новые профессии, социальные сети и компании с миллиардными оборотами. Это год, когда интуитивно понятно, что происходит перелом в понимании.

Переход от Ai – как инструмента, к Ai – как интерфейсе.

Он выходит за пределы чатов, генераторов и ассистентов.

Он встраивается между CRM и мессенджерами, между маркетингом и продажами, между анализом и действием.

Он начинает связывать процессы, а не выполнять отдельные команды.

Но это только этап, ступенька на лестнице эволюции, впереди ещё более масштабные решения, которые мы и обсудим в следующей главе.

Глава 7. 2027 – когда AI становится организацией и ответственностью

Здесь хочу выделить то, что я не фантазирую над тем, как будет развиваться AI в разрезе бизнес-интеграций. Все выводы – это совершенно логическая последовательность развития на основе опыта, трендов и инвестиций, которые мировые лидеры отрасли вкладывают в развитие AI.

2027 год – это момент, когда AI перестаёт быть агентом и становится организацией.

Это не красивый образ и не метафора.

Это точное описание того, что происходит с логикой управления.

Если в 2026 AI действует, то в 2027 – AI управляет действием.

Разница принципиальная и крайне важная.

Если AI-агент выполняет роль. Он следует сценарию, оптимизирует отдельный процесс, действует в заданных границах. Его можно оценивать по эффективности, скорости, стоимости ошибки. Он – исполнитель, пусть и автономный, то

AI-организация – это уже не исполнитель.

Это система, которая:

- распределяет роли,
- ставит задачи другим агентам,
- перераспределяет нагрузку,
- управляет приоритетами,
- пересобирает структуру под цель.

И это уже не «AI-сотрудник».

Это AI-менеджмент, AI-координация и AI-операционка, сведённые в единый контур.

Именно здесь человек окончательно смещается на уровень над системой. Он больше не управляет каждым агентом вручную. Он управляет логикой, в рамках которой агенты управляют друг другом. Это качественно новый уровень делегирования – и именно он открывает дверь в следующий, гораздо менее комфортный разговор.

Потому что в 2027 становится невозможно не заметить очевидное.

AI начинает принимать решения, за которые кому-то при-

дётся отвечать.

До этого момента рынок мог позволить себе эксперимент.

В 2023–2024 с AI «играли».

В 2025 его масштабировали.

В 2026 встроили в операционную деятельность.

А в 2027 вдруг выясняется, что:

AI ошибается.

AI дискриминирует.

AI продаёт не туда.

AI запускает не те сценарии.

AI влияет на деньги, людей и репутацию.

И главный вопрос года звучит уже не как

«что он умеет»,

а как:

«кто за это отвечает?»

Это и есть момент, когда AI выходит из тени.

Он перестаёт быть «ассистентом», на которого удобно списывать сбои. Он становится субъектом управленческих решений: кому продать, кому отказать, какой оффер показать, какой сценарий запустить, где сократить расходы, где усилить давление. Эти решения больше нельзя называть техническими. Они – управленческие. А значит, у них должен

быть владелец.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.