

**Социокультурные аспекты
предпринимательской деятельности /
Socio-cultural aspects of entrepreneurial activity**

Оригинальные статьи / Original articles

<https://doi.org/10.24182/2073-9885-2024-17-3-122-132>



**К вопросу о проблемах переговорного процесса бизнеса
и перспективах их преодоления
средствами больших языковых моделей**

Л. Ю. Гладиллин

Партнер,

Leonid.gladilin@gmail.com

E-Commerce and Digital Marketing Association,

Тель-Авив, Израиль

Е. В. Мищенко

Президент,

eugene.mischenko@gmail.com

E-Commerce and Digital Marketing Association,

Ереван, Республика Армения

А. Е. Смирнов

Генеральный директор,

antonesmirnov@mail.ru

JoomPro Russia,

Москва, Россия

Ш. С. Кабоснидзе

Предприниматель,

Shalva.Kabosnidze@mail.ru

Exploratory drilling of water wells,

Лос-Анджелес, США

Аннотация: Статья посвящена исследованию потенциала больших языковых моделей в преодолении проблем переговорного процесса в бизнесе. Выявляются типовые проблемы ведения переговорного процесса бизнеса, возникающие на различных этапах коммуникации и служащие фундаментом, актуализирующим необходимость их планомерного преодоления (несоблюдение принципов добросовестности, выбор неэффективных коммуникационных стратегий, отсутствие четкого планирования и т. д.). В основу исследования положена ключевая проблема переговоров, связанная с ростом транзакционных издержек бизнеса, которая исходит из недостижения результатов взаимодействия сторон. Показано, как большие языковые модели позволяют осуществлять оптимизацию переговорного процесса на каждом этапе: от подготовки к переговорам (сбор и анализ информации, моделирование сценариев) до ведения переговоров (контекстуальный анализ, формулировка предложений) и реализации соглашений (контроль исполнения, мониторинг). Выделяется, что большие языковые модели способны обеспечить: объективность и скорость обработки информации; улучшение планирования и прогнозирования; повышение эффективности коммуникации; снижение транзакционных издержек. По итогам проведенного исследования делаются выводы о том, что применение больших языковых моделей

является перспективным направлением развития для оптимизации переговорного процесса в бизнесе, способствующим сокращению транзакционных издержек, и укреплению конкурентоспособности компаний с расширением способностей человека в управлении коммуникацией в бизнесе.

Ключевые слова: большие языковые модели, переговорный процесс, бизнес, транзакционные издержки, оптимизация, эффективность.

Для цитирования: Гладиллин Л.Ю., Мищенко Е.В., Смирнов А.Е., Кабоснидзе Ш.С. К вопросу о проблемах переговорного процесса бизнеса и перспективах их преодоления средствами больших языковых моделей. Путеводитель предпринимателя. 2024. Т. 17. № 3. С. 122–132. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-17-3-122-132>.

On the issues of business negotiation processes and prospects for overcoming them through large language models

L. Yu. Gladilin

Partner,

Leonid.gladilin@gmail.com

*E-Commerce and Digital Marketing Association,
Tel Aviv, Israel*

E. V. Mischenko

President,

eugene.mischenko@gmail.com

*E-Commerce and Digital Marketing Association,
Erevan, Armenia*

A. E. Smirnov

CEO,

antonismirnov@mail.ru

*JoomPro Russia,
Moscow, Russia*

S. S. Kabosnidze

Entrepreneur,

Shalva.Kabosnidze@mail.ru

*Exploratory drilling of water wells,
Los Angeles, USA*

Abstract: This article investigates the potential of large language models in overcoming problems within the business negotiation process. Typical issues encountered in business negotiations at various communication stages, which highlight the necessity for systematic resolution (such as breaches of good faith principles, ineffective communication strategies, lack of clear planning, etc.), are identified. The study focuses on a key negotiation problem related to the increasing transaction costs of businesses due to unmet interaction results. It demonstrates how large language models can optimize the negotiation process at every stage: from preparation (gathering and analysing information, scenario modelling) to conducting negotiations (contextual analysis, proposal formulation) and implementing agreements (execution control, monitoring). The study highlights that large language models can ensure: objectivity and speed in information processing; improved planning and forecasting; enhanced communication efficiency; and reduced transaction costs. The findings of the research conclude that the application of large language models is a promising development direction for optimizing the business negotiation process, contributing to the reduction of transaction costs and strengthening companies' competitiveness by expanding human capabilities in managing business communications.

Keywords: large language models, negotiation process, business, transaction costs, optimization, efficiency.

For citation: Gladilin L.Yu., Mischenko E.V., Smirnov A.E., Kabosnidze S.S. On the issues of business negotiation processes and prospects for overcoming them through large language models. *Entrepreneur's Guide*. 2024. T. 17. № 3. P. 122–132. <https://doi.org/10.24182/2073-9885-2023-17-3-122-132>.

Введение. Переговорный процесс в бизнесе становится одним из ключевых элементов формирования долгосрочно-ориентированного сотрудничества, установления взаимовыгодных партнерских отношений, которые в условиях глобализированной экономики стоит рассматривать как конкурентное преимущество организации. Ведение переговоров в бизнесе, несмотря на их концептуальную значимость, формирование позитивного влияния на будущую деятельность бизнес-субъекта (потенциал влияния), связывается с формированием значительных транзакционных издержек. Переговорный процесс не создаёт прямой стоимости бизнесу и при этом вызывает значительную нагрузку по временным, финансовым и иным потерям, объемы которых зависят от длительности переговорного процесса и взаимного достижения целей участвующих в нем сторон (установление планируемых соглашений, обязательств, заключение контрактов и т. д.). Как итог, важнейшей задачей управленцев становится оптимизация переговорного процесса с фокусом на преодоление ключевых проблем и повышение результативности переговоров в бизнесе. Достаточно перспективным и малоизученным средством, обладающим потенциалом повышения эффективности переговорного процесса, на наш взгляд, выступают большие языковые модели, функциональность и аналитическая ценность которых способна найти применение в разработке специализированных тактик и стратегий ведения переговорного процесса. Актуальность исследования больших языковых моделей в переговорном процессе бизнеса видится с точки зрения исследования типовых проблем переговоров и перспектив их преодоления средствами современных цифровых технологий, передовой характер среди которых имеют именно большие языковые модели. В рамках настоящего исследования под большими языковыми моделями понимаются нейронные большие языковые модели, которые представляют собой программный нейросетевой алгоритм, способный обрабатывать входящие запросы на естественном языке и прогнозировать расположение родственных слов для воспроизведения естественного языка; яркими представителями современных больших языковых моделей являются ChatGPT, YandexGPT, GigaChat и т. п.

Цель исследования — охарактеризовать перспективы больших языковых моделей как средства преодоления проблем переговорного процесса в бизнесе.

Основная часть. Значительные темпы цифровизации экономики не могли не сказаться на состоянии и подходах к осуществлению переговорного процесса. Ряд авторов указывают на динамичное состояние современных инструментов и способов ведения деловых переговоров в бизнесе, с особым вниманием к возрастающей роли и ценности технологий в повышении эффективности переговорного процесса.¹ Например, по мнению С. Цзыи, постепенный переход к все более частым проявлениям бизнес-коммуникации в сети Интернет связывается как с типовыми проблемами, так и значительными перспективами оптимизации, что позволяет выстраивать эффективные партнерские отношения и снижать затраты на поиск ключевого партнера. На примере ведения переговорного процесса между бизнес-представителями из Китайской Народной Республики и Российской Федерации автор показывает, что ключевыми факторами влияния на переговорный процесс выступают: особенности менталитета, характер и степень влияния национальных традиций, используемые и сложившиеся правила этикета, устанавливающие их нормы, и др. С. Цзыи подчеркивает, что в коммуникативном дискурсе в пространстве сети Интернет постепенно формируются собственные отличные инструменты и способы ведения переговорного процесса, общения, характерным проявлением которых становится использование клише, специальных речевых формул, адаптированных под конкретную страну образцов взаимодействия².

¹ Лебедева М.М., Зиновьева Е.С. Специфика международных переговоров в эпоху цифровизации. Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. 2023. № 1. С. 144–148. Павлова В.А. Особенности ведения торговых переговоров с представителями деловых кругов Китая. Практический маркетинг. 2023. № 7. С. 21. Плотников Д.М., Фунникова Е.С. Влияние пандемии covid-19 на организацию и ведение международных переговоров. Экономика и управление. 2021. № 3 (185). С. 220–221. Цзыи С. Особенности международной бизнес-коммуникации в сети интернет. Litera. 2022. № 1. С. 28–29.

² Цзыи С. Особенности международной бизнес-коммуникации в сети интернет. Litera. 2022. № 1., С. 32–34.

Учитывая воззрения автора, заметим, что прослеживается колоссальная разница между названными факторами влияния, принятие во внимание которых становится первичным условием обеспечения эффективности переговорного процесса между представителями бизнеса. Очевидно, что такая проблема характерна только в случае ведения межстрановых (международных) коммуникаций, когда в ведении переговоров участвуют представители другой нации, языка, культуры, традиций, кардинально отличающихся друг от друга.

В то же время постепенный переход к ведению деловых переговоров с использованием цифровых технологий, сети Интернет и средств дистанционной коммуникации вызван, как подчеркивают Д.М. Плотников и Е.С. Фуникова, опытом ведения переговорного процесса в пандемию, когда большая часть активности бизнес-субъектов была вынуждено перенесена в цифровое пространство (что затрагивает не только международные переговоры, но и взаимодействие нескольких представителей бизнес-структур в одной стране, регионе, городе и т. д.). Авторы считают, что пандемия стала ключевым драйвером, стимулирующим интенсивный перевод бизнес-коммуникаций в пространство технологий. В то же время такой переход сформулировал систему вызовов, учет и предупреждающая работа над которыми закладывается в качестве фундамента обеспечения результативности переговорного процесса, что связано с предупреждением проблем конфиденциальности информации (кибербезопасности в целом) и проявлений мошенничества.³

В эпоху цифровизации, по мнению М.М. Лебедевой и Е.С. Зиновьевой, ведение переговорного процесса как в целом, так и в реалиях международного взаимодействия, связывается с применением методов цифровой дипломатии, в рамках которой ключевым каналом коммуникации выступают социальные сети с подключением международной аудитории. Особое внимание в своем исследовании авторы уделяют технологиям машинного обучения и большим языковым моделям, которые обладают потенциалом кардинального влияния на практику ведения международных переговоров. Фактически такие технологии связываются авторами с системными преимуществами, проявление которых возникает на каждом из этапов переговорного процесса. Итогом исследования М.М. Лебедевой и Е.С. Зиновьевой становятся сформулированные тезисы о том, что цифровые технологии не меняют сущности переговорного процесса, однако вносят существенный вклад в выбор тактики, инструментов и предупреждение проблем цифровой коммуникации и ведения переговоров в бизнесе.⁴

Опираясь на вышеупомянутые исследования, посвященные вопросам организации переговорного процесса в условиях применения цифровых технологий, выделим несколько ключевых особенностей — условий, определяющих специфические особенности переговорного процесса, а именно:

Во-первых, характер коммуникации, выраженный в виде межкультурной, межстрановой, меязыковой коммуникации, поскольку в зависимости от её наличия формируются дополнительные вызовы и барьеры коммуникации между представителями различных языка, традиций и культуры. Такие барьеры выступают проблемным полем коммуникации в бизнесе, поскольку требуют адаптации одной из сторон переговорного процесса к языку, культуре, традициям и иным специфическим особенностям представителей другой стороны (что способно вызывать системные сложности, связанные с подготовкой к переговорному процессу).

Во-вторых, постепенный переход к распространенности коммуникаций в цифровой реальности с применением социальных сетей, мессенджеров, специальных программ дистанционного взаимодействия (звонки, видеозвонки), которые инструментально расширяют возможности обмена информацией, контактами, установления договоренностей и значительно сокращают влияние транзакционных издержек переговорного процесса. Однако обратной стороной применения цифровых каналов коммуникации становится возникновение ряда проблем.

В-третьих, возрастающая роль вопросов кибербезопасности, обеспечения конфиденциальности данных и точной идентификации стороны ведения переговоров во избежание проблем мо-

³ Плотников Д.М., Фуникова Е.С. Влияние пандемии covid-19 на организацию и ведение международных переговоров. Экономика и управление. 2021. № 3 (185). С. 223—224.

⁴ Лебедева М.М., Зиновьева Е.С. Специфика международных переговоров в эпоху цифровизации. Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. 2023. № 1. С. 155.

шенничества, в особенности актуальных при использовании цифровых каналов коммуникации, при отсутствии реальных встреч. Подобное требует создания специальных регламентов цифрового взаимодействия, идентификации и вызывает дополнительные риски для обеих сторон переговорного процесса.

В-четвертых, появление новых типовых форм коммуникации, специальных сообщений, способов взаимодействия, речевых клише, которые приобретают все большее распространение в переговорном процессе в бизнесе.

В-пятых, расширение общих возможностей ведения переговоров, выстраивание новых тактик переговорного процесса с использованием преимуществ цифровой коммуникации, выраженных в большей регулируемости и простоте оперирования фактами и инструментами влияния (с переходом к многоуровневым переговорам в онлайн-режиме).

Так, учитывая обозначенные особенности, выразим солидарность позиции В.А. Старухина, который указывает на то, что цифровые трансформации в целом выступают фактором сокращения транзакционных издержек бизнеса, в том числе издержек, возникающих в ходе ведения переговорного процесса. Автор выделяет комплекс преимуществ, которые в целом характеризуют системное применение цифровых технологий в бизнесе, предоставляющих возможность влиять на уровень транзакционных издержек:

- применение в задачах подготовки, поиска информации, её систематизации и «удобного» представления (визуализация);
- непосредственное ведение переговоров в цифровой реальности с комплексным регулированием взаимодействия в социальных сетях, посредством дистанционной коммуникации и т. д.;
- измерение и заключение договорных отношений (контрактные обязательства) с их последующим мониторингом с точки зрения исполнения.⁵

Экстраполируя рассуждения В.А. Старухина касаясь применения цифровых технологий для сокращения транзакционных издержек бизнеса во время переговорного процесса, отметим, что обозначенные автором преимущества могут быть многократно усилены за счет использования больших языковых моделей, ввиду их системных концептуальных преимуществ ускорения, снижения затрат, повышения эффективности, полифункциональности, позволяющих комплексно улучшить решаемые прикладные задачи. Причем ценность снижения затрат при использовании больших языковых моделей в переговорном процессе планомерно согласуется с повышением создаваемой ценности переговоров для бизнеса, поскольку большие языковые модели в отличие от многих других технологий, многократно усиливают эффективность планирования, прогнозирования, аналитики бизнес-коммуникаций.

Так, необходимость ориентации на затратно-стоимостный подход в развитии коммуникаций бизнеса подчеркивается В.С. Заруцкой и С.В. Ореховой, которые отмечают, что снижение затрат и повышение стоимости (т. е. создаваемой ценности) бизнес-связей закладывается в основу повышения конкурентоспособности бизнеса. Например, авторы указывают на то, что такой подход позволяет более точно управлять типовыми транзакционными издержками работы между контрагентом и бизнесом, при исполнении функций первого перед последним. В.С. Заруцкой и С.В. Ореховой продвигается идея о нормированной экономии транзакционных издержек с реализацией системы рекомендаций: стремление использовать репутацию (накопленное доверие) для установления наиболее устойчивых и конкурентоспособных бизнес-связей между бизнесом, поставщиками и клиентами; фокус не на постоянном взаимодействии с «привычными» контрагентами, а на постоянном поиске новых возможностей в условиях рынка, что согласуется с необходимостью постоянного анализа партнеров и повышения эффективности поиска новых, с последующим установлением соглашений.⁶

⁵ Старухин В.А. Цифровизация как метод сокращения транзакционных издержек производственного предприятия. Kant. 2021. № 4 (41). С. 98.

⁶ Заруцкая В.С., Орехова С.В. Управление сетевым взаимодействием организации на основе затратно-стоимостного подхода. Финансы и управление. 2021. № 4. С. 3, 20.

Проведенный обзор научной литературы позволяет подчеркнуть актуальность преодоления проблем трансакционных издержек в осуществлении переговоров в бизнесе, которые в целом связываются с системой типовых проблем и влияний и требуют от компании выбора соответствующей тактики и инструментов коммуникации, проработка которых, наряду с регламентами безопасности, может на содержательном уровне стать проблемой для бизнеса. В особенности подобное касается субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере электронной коммерции, ввиду динамики последней и влияния высоких темпов изменений на поиск новых поставщиков и партнеров бизнеса; компании сталкиваются с необходимостью постоянного мониторинга контрагентов, цен поставщиков, интересов клиентов и осуществления переговоров для формирования более выгодного пространства работы. Фактически формируются все необходимые условия, способствующие осознанному и планомерному переходу на осуществление бизнес-коммуникаций с применением больших языковых моделей, что в современной литературе остается практически нераскрытым с точки зрения возможностей. Поэтому считаем необходимым раскрыть ключевые проблемы современного переговорного процесса в бизнесе и особенности их преодоления средствами больших языковых моделей с фокусом на повышение эффективности, сокращение трансакционных издержек и общее ускорение процедур взаимодействия в бизнесе.

Как пишет А.В. Демкина, важной проблемой переговорного процесса в бизнесе является несоблюдение принципа добросовестности и несения преддоговорной ответственности, которые неразрывным образом связываются между собой и закрепляются нормами российского законодательства. Автор подчеркивает, что преддоговорные отношения, т.е. переговоры в бизнесе, уже создают обязательства между сторонами-участниками, которые выражены в реализации действий, направленных на ведение переговоров, заключение договора, с необходимостью (обязательством) комплексного информирования, которое сводится к:

- предоставлению полной и фактически достоверной информации об обязательствах и намерениях, которые планируется достичь в ходе переговорного процесса;
- «запуску» переговорного процесса только с намерением заключить договор (что является явной чертой добросовестных переговоров);
- отказу от «выхода» из переговоров без наличия на то объективных причин;
- учету прав, свобод и интересов каждой из сторон переговорного процесса.⁷

В исследовании А.О. Столяровой поднимается не менее весомая проблема переговорного процесса, связанная с регулированием содержания отправляемого сообщения для достижения поставленных целей ведения переговоров в бизнесе. Фактически автор отмечает, что переговорный процесс связывается не только с его инициацией, но и «верным» осуществлением, что предполагает применение системы тактик взаимодействия, коммуникативных ситуаций, анализ материалов и использование способов влияния на сторону для создания более благоприятных условий для заключаемых контрактных соглашений.⁸ Отметим, что в практике ведения деловых переговоров в бизнесе достаточно распространенными становятся следующие методы ведения переговоров (табл. 1):

Таблица 1

Система методов ведения переговорного процесса в бизнесе⁹

Метод	Характеристика
Метод Гарварда	Ведутся принципиальные переговоры, подчеркиваются взаимные выгоды, интересы, объективные критерии, люди отделяются от проблемы
Метод ФБР	Используется в кризисных ситуациях, предполагает построении отношений, активное слушание, эмпатию, влияние на поведение и использование тактической эмпатии
BATNA	Предполагает выбор лучшего исхода при провале текущих переговоров, обеспечивает резервный вариант для укрепления позиций в переговорах

⁷ Дёмкина А.В. Основы теории преддоговорного обязательства. Вестн. Том. гос. ун-та. Право. 2021. № 40. С. 153–155.

⁸ Столярова А.О. Доминантные речевые акты в коммуникативной ситуации деловых переговоров. Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 2. С. 159–161.

Продолжение таблицы 1

Метод	Характеристика
ЗОРА	Предполагает создание диапазона, в котором соглашение удовлетворяет обе стороны, определяет пересекающиеся интересы и приемлемые условия
Интегративные переговоры	Переговоры с обоюдной выгодой, сосредоточены на совместных подходах, когда стороны совместно работают для взаимовыгодных решений
Дистрибутивные торги	Конкурентный подход, рассматривающий ресурсы как фиксированные и ограниченные, стремится к максимальной доле, часто рассматривается как переговоры с нулевой суммой
Многосторонние переговоры	Несколько сторон с уникальными интересами, требует умелой медиации и содействия для достижения гармоничного разрешения
Командные переговоры	Переговоры между командами, представляющими разные интересы, сотрудничество и использование коллективного опыта для инновационных решений
Конкурентные переговоры	Жесткие или жестокие переговоры, основанные на настойчивости и агрессивных тактиках для приоритизации собственных интересов над интересами другой стороны
Принципиальные переговоры	Справедливые и взаимовыгодные результаты на основе объективных стандартов и принципов, а не позиций или тактик давления
Метод Paint by Numbers	Предполагает четкое определение проблемы, сбор всей релевантной информации, подчеркивание общих интересов и гибкость в поиске решений
Активное слушание и эмпатия	Сосредоточены на понимании перспектив другой стороны через активное слушание и эмпатию для построения отношений и поиска общих интересов
Win-Win Solutions	Стремится к результатам, где обе стороны удовлетворены соглашением, что способствует дальнейшему сотрудничеству
Стратегия времени	Признает значимость времени в переговорах, для получения рычагов и создания благоприятных предложений и уступок
Интересо-ориентированные переговоры	Сосредоточены на решении основных интересов обеих сторон, а не на их позициях, стремятся к решениям, удовлетворяющим взаимные потребности
Совместные переговоры	Подчеркивают совместную работу для решения проблем и создания решений, выгодных всем сторонам, способствуют долгосрочным отношениям и партнерству
Поведенческие переговоры	Используют понимание поведенческих моделей и психологических триггеров для влияния на поведение другой стороны и достижения желаемых результатов переговоров

В другом исследовании А.О. Столяровой также подчеркивается необходимость постоянной работы над содержанием коммуникативной ситуации деловых переговоров, где автор упоминает некоторые из приемов и методов ведения переговорного процесса, выделенные в таблице 1. А.О. Столярова подчеркивает, что характерной проблемой переговорного процесса является достижение желаемых результатов взаимодействия, т.е. регулирование содержания, эмоций и подходящих способов воздействия сторон друг на друга.¹⁰ Аналогичные воззрения выделяются в работе Н.В. Шмаковой, которая отмечает многосторонность влияний, оказывающих воздействие на результаты делового дискурса. Автор подчеркивает, что встает вопрос не столько применения существующих коммуникативных стратегий и тактик, релевантных в условиях переговорного процесса, сколько целесообразности их использования в конкретной ситуации, владения ими. Н.В. Шмакова замечает, что каждая ситуация

⁹ Составлено авторами.

¹⁰ Столярова А.О. Основные компоненты коммуникативной ситуации деловых переговоров. Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 1. С. 124.

диктует необходимость выбора собственной стратегии, будь то конвенциональной, манипулятивной или оппозиционной, в зависимости от конструктивно разворачивающейся ситуации. Как итог, возникает потребность быстрого и ситуативного реагирования на ход бизнес-переговоров с заданным влиянием на эффективность и результаты взаимодействия сторон переговорного процесса.¹¹

Важным элементом эффективных бизнес-коммуникаций М.А. Лукашенко и Т.Ю. Добровольская называют самого человека, участвующего во взаимодействии, выступающего носителем коммуникативной функции. В связи с такой задачей авторы подчеркивают необходимость развития у предпринимателей необходимых компетенций и соответствующих типов коммуникации, позволяющих работать над конструктивным достижением целей переговорного процесса.¹² В то же время обучение не всегда востребовано, в особенности, когда связывается с учетом разовых ситуаций взаимодействия с партнером, что обосновывает целесообразность поиска альтернативных путей повышения качества коммуникации, наиболее примечательным среди которых вновь становится использование больших языковых моделей. По мнению В.А. Павловой, переход на использование цифровых технологий в ведении переговорного процесса между представителями бизнес-структур становится одним из немногих способов комплексного учета условий эффективности коммуникации.¹³

Таким образом, можно выделить систему проблем ведения бизнес-переговоров, которые первичным образом влияют на результаты взаимодействия:

1. Проблема соблюдения принципов добросовестности, ярко соотнесенная с проблемой качественной подготовки к переговорному процессу. Фактически самой распространенной на практике ошибкой становится именно недостаточная подготовка к переговорам, что выражается в: отсутствии четких целей, отказе от изучения особенностей других сторон, непринятии во внимание альтернативных сценариев развития, недостаточности информации, отсутствии плана действий и т. д.

2. Проблемы ведения переговоров, частые проявления эмоций, неверных реакций, выбор несоответствующей тактики ведения переговоров, что связывается с содержательной стороной переговорного процесса. Эмоциональные реакции и неверные тактики ведения переговоров способны привести к срыву всего переговорного процесса и исключить уже достигнутые результаты взаимодействия, свести к минимуму результативность переговоров.

3. Проблемы «результатов» переговоров, т.е. реализации последующих действий в ходе переговорного процесса. Фактически достижение договоренностей становится лишь одним из шагов в системе переговорного процесса, поскольку за ним скрывается реализация договоренностей обеими сторонами. Возникают проблемы нечеткой фиксации, отсутствия контроля за исполнением соглашений, неучета деталей взаимодействия (или их упущения ввиду обширности), недостатка взаимодействия между сторонами (проблема качества координации) и т. п.

Как итог, все перечисленные проблемы требуют планомерного разрешения и фактически проявляются на каждом из ключевых этапов переговорного процесса, структуру которых можно представить следующим образом (рис. 1).

Обращаясь к рисунку 1, выделим, что важнейшим фактором повышения эффективности переговорного процесса бизнеса может стать применение больших языковых моделей, которые обладают потенциалом решения многих из ранее обозначенных проблем. Причем, как можно увидеть из рис. 1, на каждом их этапов применения большие языковые модели обладают собственными специфическими преимуществами, поскольку большие языковые модели обеспечивают поддержку принимаемых решений и реализуемых действий за счет анализа больших данных. Подобное позволяет эффективно изучать оппонента, предугадывать его реакции и разрабатывать оптимальные стратегии ведения переговоров, с принятием контекста и применением сообразных методов и ре-

¹¹ Шмакова Н.В. Стратегии и тактики, применяемые в деловом дискурсе. Современное педагогическое образование. 2021. № 6. С. 180.

¹² Лукашенко М.А., Добровольская Т.Ю. Обучение предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах: российская и зарубежная практика. Современная конкуренция. 2022. № 1 (85). С. 95–96.

¹³ Павлова В.А. Особенности ведения торговых переговоров с представителями деловых кругов Китая. Практический маркетинг. 2023. № 7. С. 26.

Рост транзакционных издержек, обусловленных временными и финансовыми потерями, растущими рисками срыва и т.д.

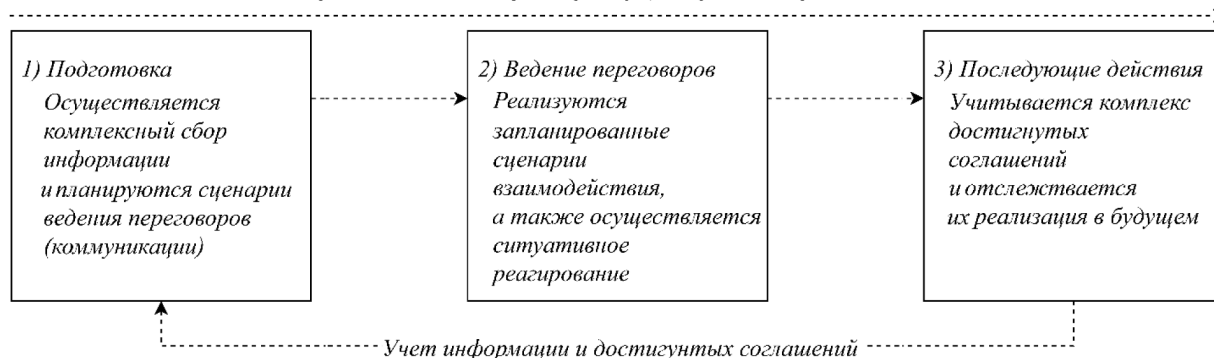


Рис. 1. Схема переговорного процесса в бизнесе ¹⁴

чевых тактик взаимодействия, с комплексным планированием переговоров, формулированием чётких целевых ориентиров, выработкой соответствующих реакций на эмоции, оценкой рисков и т. д. В том числе большие языковые модели находят применение на этапе документирования, реализации договоренностей, автоматизации мониторинга и т.п. Так, рассмотрим некоторые возможности применения больших языковых моделей в переговорном процессе бизнеса на каждом из этапов переговорного процесса (табл. 2).

Таблица 2

Применение больших языковых моделей в переговорном процессе бизнеса ¹⁵

№ п/п	Этап	Содержание
1	Подготовка	В ходе данного этапа большие языковые модели осуществляют поддержку сбора и исследования информации, моделирование сценариев ведения переговоров (подготовка в различных исходах взаимодействия), разработку аргументов, контраргументов, подготовку специализированных материалов и т. п. Фактически большие языковые модели значительно упрощают процесс осуществления подготовки к ведению переговоров в бизнесе, позволяют расширенно прогнозировать сценарии взаимодействия и предупреждающе формировать способы реагирования на те или иные ситуации
2	Ведение переговоров	В зависимости от типа коммуникаций и специфических условий взаимодействия большие языковые модели позволяют обеспечивать поддержку в реальном времени, с учетом развития переговоров и возникающих ситуаций. Кроме того, существует потенциал анализа реакций со стороны собеседника, формулирования специальных предложений в зависимости от контекста диалога
3	Последующие действия (реализация соглашений)	Большие языковые модели оказывают помощь представителям бизнес-структуры в установлении специальных соглашений, анализе результатов работы, планировании будущих действий, а также постподдержке (разработке программ сопровождения, мониторинге)

Обозначенные в таблице 2 функции и специфика применения больших языковых моделей обеспечивают достижение системы преимуществ, которые отличительным образом проявляются при использовании больших языковых моделей и позволяют решать актуальные проблемы переговоров в бизнесе, а именно:

Во-первых, преимущества «холодных» ответов, т.е. отсутствия эмоциональной окрашенности сообщений, с руководством сугубо объективной информацией и контекстом при принятии решений.

¹⁴ Составлено авторами.

¹⁵ Составлено авторами.

Во-вторых, более быстрая и точная работа с огромными массивами информации, что особенно ценно в условиях нехватки времени на ведение переговорного процесса.

В-третьих, надежность применения, поскольку большие языковые модели действуют сугубо в рамках поставленной задачи и разработанного алгоритма, их применение в целом достаточно предсказуемо.

В-четвертых, высокая эффективность (снижение финансовых и временных затрат), с автономной работой вне зависимости от времени суток или иных условий.

В-пятых, сконцентрированность на персонализации и адаптации к стилевым характеристикам конкретного субъекта коммуникации, с созданием условий комплексного учета предпочтений.

Кроме того, заметим, что важно рассматривать большие языковые модели не как средство замещения человека, а расширения его потенциала; подобный симбиоз человека и больших языковых моделей значительно сказывается на итогах переговорного процесса, поскольку позволяет подкреплять принимаемые решения информацией, формируется с учетом эмоционального интеллекта человека, строится по принципам планирования и адаптации, непрерывно улучшается и обновляется и при этом эффективен в оптимизации временных затрат.

Заключение. Таким образом, результаты проведенного исследования перспектив применения больших языковых моделей для преодоления типовых проблем переговорного процесса в бизнесе позволяют подчеркнуть, что помимо функциональных и оптимизационных возможностей большие языковые модели стоит рассматривать в качестве средства значительного сокращения влияния транзакционных издержек. Подобное исходит из того, что большие языковые модели позволяют с большей вероятностью и точностью создавать ценность в ходе коммуникации, сокращают потери (финансово-временные) и при этом обеспечивают комплексную поддержку принимаемых решений. Вместе с тем большие языковые модели становятся лишь средством в руках человека, симбиоз с которым создает условия многократного роста эффективности переговоров.

Список литературы

1. Дёмкина А.В. Основы теории преддоговорного обязательства. Вестн. Том. гос. ун-та. Право. 2021. № 40. С. 148–161.
2. Заруцкая В.С., Орехова С.В. Управление сетевым взаимодействием организации на основе затратно-стоимостного подхода. Финансы и управление. 2021. № 4. С. 1–20.
3. Лебедева М.М., Зиновьева Е.С. Специфика международных переговоров в эпоху цифровизации. Вестник РУДН. Серия: Международные отношения. 2023. № 1. С. 144–156.
4. Лукашенко М.А., Добровольская Т.Ю. Обучение предпринимательским коммуникациям на образовательных платформах: российская и зарубежная практика. Современная конкуренция. 2022. № 1 (85). С. 90–107.
5. Павлова В.А. Особенности ведения торговых переговоров с представителями деловых кругов Китая. Практический маркетинг. 2023. № 7. С. 21–27.
6. Плотников Д.М., Фуникова Е.С. Влияние пандемии covid-19 на организацию и ведение международных переговоров. Экономика и управление. 2021. № 3 (185). С. 219–226.
7. Старухин В.А. Цифровизация как метод сокращения транзакционных издержек производственного предприятия. Kant. 2021. № 4 (41). С. 95–99.
8. Столярова А.О. Доминантные речевые акты в коммуникативной ситуации деловых переговоров. Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 2. С. 147–163.
9. Столярова А.О. Основные компоненты коммуникативной ситуации деловых переговоров. Вестник НГУ. Серия: Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2020. № 1. С. 120–131.
10. Цзын С. Особенности международной бизнес-коммуникации в сети интернет. Litera. 2022. № 1. С. 26–36.
11. Шмакова Н.В. Стратегии и тактики, применяемые в деловом дискурсе. Современное педагогическое образование. 2021. № 6. С. 179–181.

References

1. Demkina A.V. Fundamentals of the theory of pre-contractual obligation. Vestn. Tom. State Univ. Law. 2021. No. 40. P. 148–161.
2. Zarutskaya V.S., Orekhova S.V. Managing network interaction of an organization based on a cost-value approach. Finance and Management. 2021. No. 4. P. 1–20.

3. Lebedeva M.M., Zinovyeva E.S. Specifics of international negotiations in the era of digitalization. Bulletin of RUDN. Series: International Relations. 2023. No. 1. P. 144–156.
4. Lukashenko M.A., Dobrovolskaya T.Yu. Teaching entrepreneurial communications on educational platforms: Russian and foreign practices. Modern Competition. 2022. No. 1 (85). P. 90–107.
5. Pavlova V.A. Features of conducting trade negotiations with representatives of Chinese business circles. Practical Marketing. 2023. No. 7. P. 21–27.
6. Plotnikov D.M., Funikova E.S. The impact of the covid-19 pandemic on the organization and conduct of international negotiations. Economics and Management. 2021. No. 3 (185). P. 219–226.
7. Starukhin V.A. Digitalization as a method of reducing transaction costs of a manufacturing enterprise. Kant. 2021. No. 4 (41). P. 95–99.
8. Stolyarova A.O. Dominant speech acts in the communicative situation of business negotiations. Bulletin of Moscow University. Series 19. Linguistics and Intercultural Communication. 2020. No. 2. P. 147–163.
9. Stolyarova A.O. Main components of the communicative situation of business negotiations. Bulletin of NSU. Series: Linguistics and Intercultural Communication. 2020. No. 1. P. 120–131.
10. Cziyi S. Features of international business communication on the Internet. Litera. 2022. No. 1. P. 26–36.
11. Shmakova N.V. Strategies and tactics used in business discourse. Modern Pedagogical Education. 2021. No. 6. P. 179–181.