

# Почему никто не продает за результат

Аналитика рынка AI-агентов. Июнь 2026.

ВЕНЧУРНЫЙ КАПИТАЛ

**Чеки до  
100 млн ₽**

Апрель 2026: Фонд «Зерокодер» инвестирует в AI-агентов как ядро бизнеса (pre-seed/seed).

ОБЪЕМ РЫНКА

**~30  
млрд ₽**

Оценка рынка корпоративных ИИ-ассистентов в РФ к концу 2026 (MWS AI / Rocket Control).

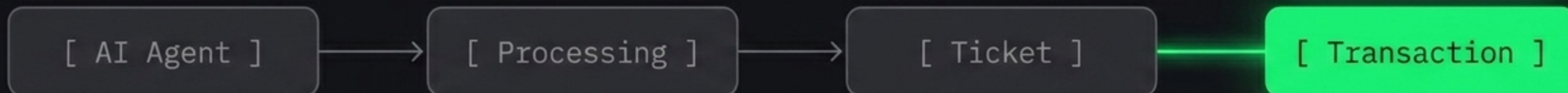
ПРЕДЛОЖЕНИЕ ВЕНДОРОВ

**Обещания  
вместо  
исхода**

Рынок продает подписку, токены и «экономия до 15 часов». Ни один публичный игрок не продает подтвержденный бизнес-результат.

# От продажи софта к продаже работы

Программное обеспечение перестает быть инструментом и становится работником (Bessemer). Клиент покупает выполненную задачу, а не доступ к возможности ее выполнить (selling work, not software — a16z).



**\$0.99**

Стандартная цена за одно закрытое обращение (без участия человека) у западных лидеров поддержки. Логика бинарна: нет решенного вопроса — нет оплаты.

# Анатомия чека: Подписка vs. Исход

	В России (Июнь 2026)	● Глобальный рынок
Единица тарификации.	Пакет токенов, месячный доступ, рабочие места.	Решенный тикет, квалифицированный лид (до \$10k-100k/год за исход).
Риск-шеринг.	Нет возврата. Цена фиксирована (55–95 тыс. ₽/мес) независимо от эффекта.	Возврат средств или отсутствие инвойса при недостижении метрики.
Рыночный статус.	Консалтинговая теория (кейс ESSG/HubSpot).	Базовый норматив вертикального AI.

# Проблема не в жадности. Проблема в телеметрии. **Измеримость** отсутствует.

Оплата за результат невозможна технически. Для запуска outcome-pricing в России не хватает трех слоев базовой инфраструктуры.

1. MISSING BASELINE  
(Точка отсчета)

2. MISSING ATTRIBUTION  
(Методика изоляции)

3. MISSING CONTRACT  
(SLA-зрелость)

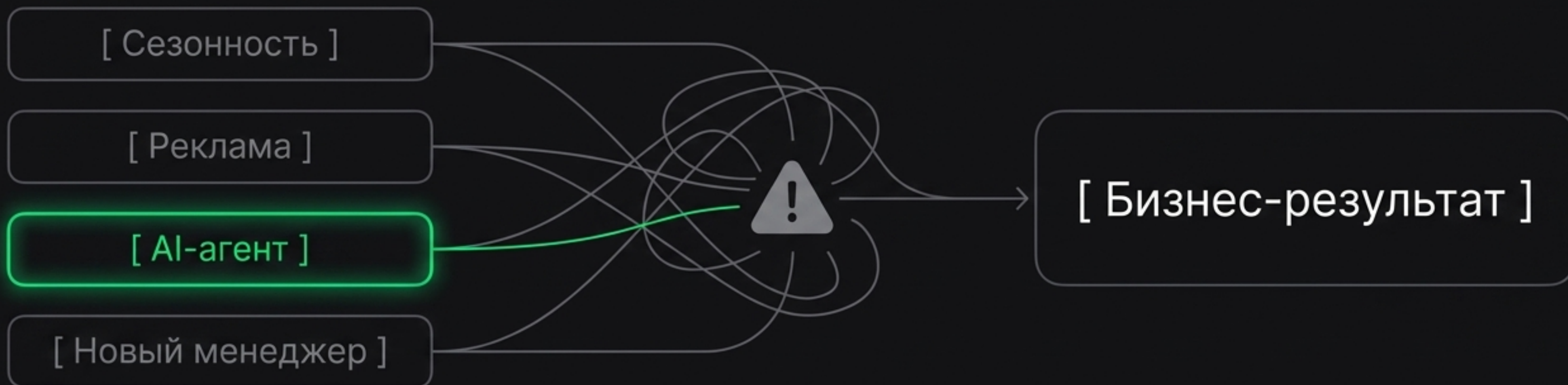
# Отсутствие Baseline



**Невозможно продать «снижение потерь на 30%», если бизнес не знает текущий процент потерь.**

У малого бизнеса процессы живут в мессенджерах, звонках и разрозненных таблицах. Нет следов — нет точки отсчета. Попытка внедрить оплату за результат спотыкается о необходимость первый месяц восстанавливать исторические данные (работу, за которую клиент платить не хочет).

# Проблема атрибуции



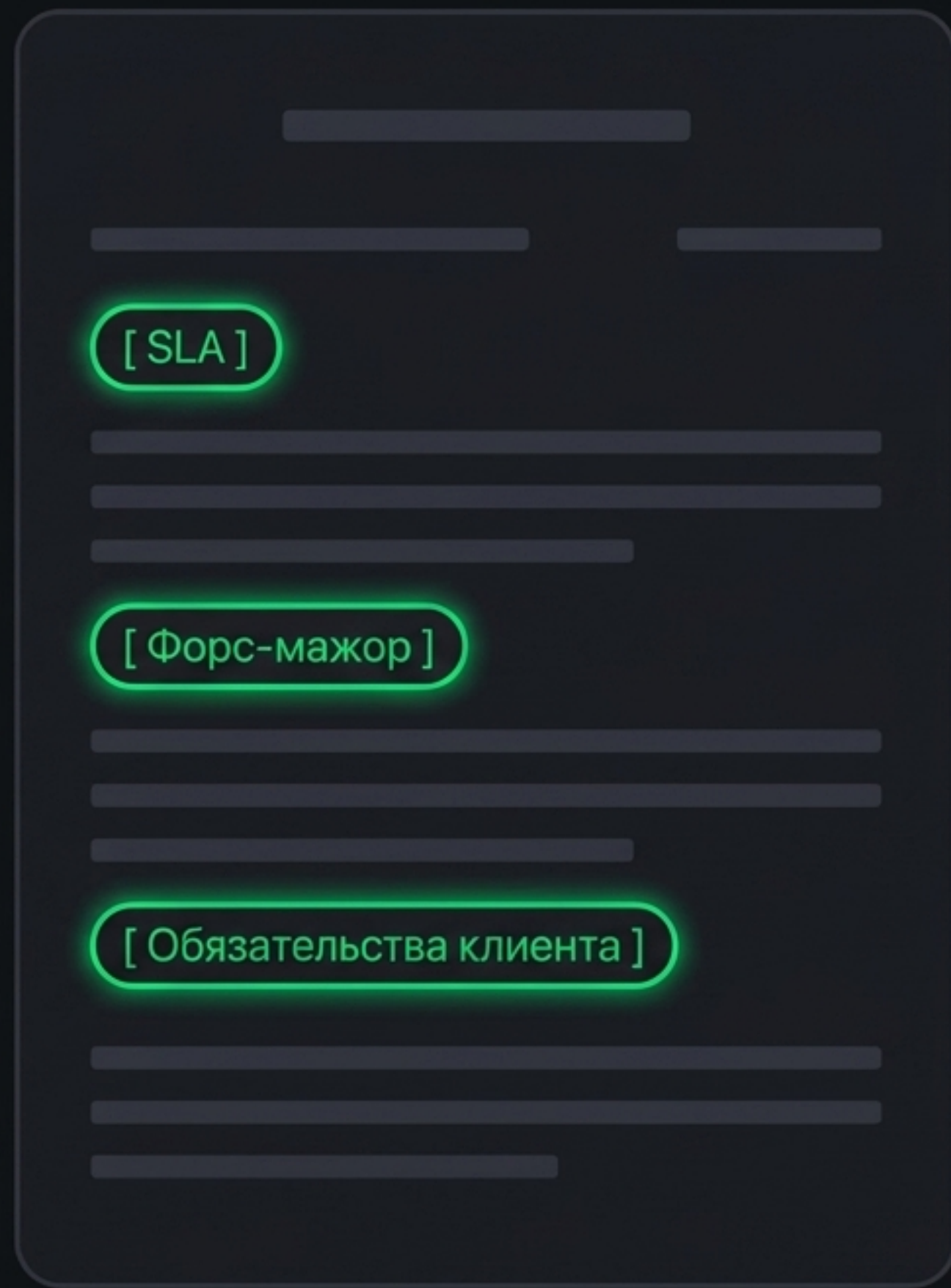
Как доказать, что рост метрики дал именно AI?

На Западе проблема решается жестким регламентом: тикет считается «решенным агентом» только если человек к нему не прикасался. В РФ половина шагов не оставляет цифрового следа. Без методики изоляции честный вендор дает результат, но проигрывает спор о заслугах и не получает оплату.

# Контрактная незрелость

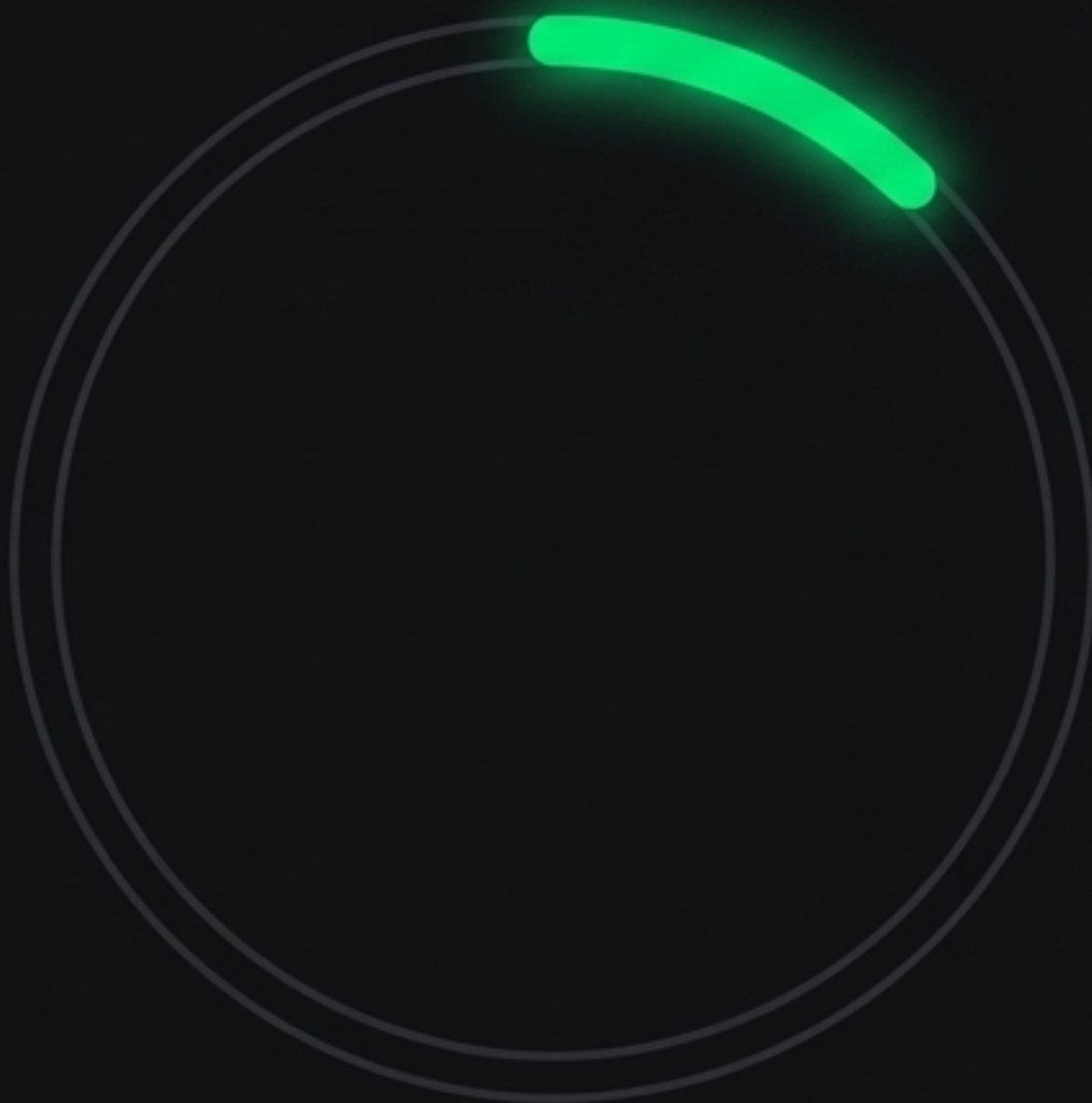
**Подписка — это не лучший продукт, а путь наименьшего юридического сопротивления.**

Оплата за результат требует сложного договора (SLA, методы замера, разрешение споров). Малый бизнес это не тянет. Для вендора это риск: он ставит собственные деньги на процесс, который контролирует клиент. Если у клиента сломан процесс продаж, AI-агент не спасет сделку.



# Инженерная задача важнее маркетинговой

Тот, кто первым научится честно измерять результат в одной узкой вертикали — заберет категорию целиком.



Окно закроется с первым публичным кейсом в РФ, где вендор привяжет контракт к KPI/SLA с формулой «платите за результат» (ускоряется появлением профильных венчурных фондов).

«Когда базовая технология доступна всем, ценность уходит вверх по стеку — к интеграции и методике измерения» (Ben Thompson, Stratechery).

VENDOR / SELLER

## Для Фаундера

Решите задачу атрибуции до продукта.

«Тест 5 минут». Можете ли вы за 5 минут объяснить клиенту, как посчитаете результат и отделите свою заслугу от чужой? Если звучит как «доверьтесь нам» — методики нет.

BUYER / C-LEVEL

## Для Заказчика

Соберите Baseline прямо сейчас на текущих данных.

- Объем обращений
- % потерь
- Срок реакции
- Конверсия

*Цель: Когда придет первый вендор с outcome-pricing, вы будете вести торги с позиции силы.*

# Сухой остаток

**Глобальный стандарт:** На Западе outcome-pricing (оплата за работу, а не софт) — норматив. В РФ ниша пуста.

---

**Парадокс рынка:** Капитал (~100 млн ₽ чеки) и спрос (~30 млрд ₽) есть, но вендоры продают доступ и обещания.

---

**Инфраструктурный барьер:** Переход блокируется отсутствием Baseline, методик атрибуции и SLA-контрактов у малого бизнеса.

---

**Сдвиг ценности:** Технология коммодитизируется. Преимущество и маржинальность уходят к тому, кто владеет методикой измерения.

---

**Императив:** Продавец, умеющий считать — первым продаст результат. Покупатель со своей точкой отсчета — первым перестанет переплачивать.