РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО



АЛЕКСЕЙ СМАГИН

1. **ДМИТРИЙ БЛИНОВ, РЕНАТ МАЛИКОВ, сооснователи проекта Duoband**
2. **АРАМ МНАЦАКАНОВ, основатель ресторанов Probka, R14, «Рыба на даче», Mama Tuta и других**
3. **АЛЕКСЕЙ БУРОВ И АНТОН СКАКОДУБ, управляющие партнеры ресторанной группы Dreamteam**

В ГОЛОСОВАНИИ ТАКЖЕ УЧАСТВОВАЛИ

АЛЕКСЕЙ АЛЕКСЕЕВ, шеф-повар и совладелец Inner, Itameshi, Futuris, LOTUS bistro
ГАЛИНА БЕЛОУСОВА, генеральный директор Bronka Restaurant Group (входят Il Lago dei Cigni, Buddha-Bar St. Petersburg, Hunt, Diamond Club, Hagao)
ХЕЗРЕТ-АРСЛАН БЕРДИЕВ, шеф и владелец ресторанов Birch и Betulla
ТАТЬЯНА ВИНЧИ, создатель проекта Pavlova
МИХАИЛ ГЕОРГИЕВСКИЙ, владелец Bonch, Bruno, King Pong и Pong, «Лашатеми Кантаре»
СЕРГЕЙ ГЛАЗУНОВ, совладелец Gills, Rene, Aster
МАРИЯ ГАРБУТ, генеральный директор Kuznyahouse и Cruise by Kuznyahouse
АРТЕМ ГРЕБЕНЩИКОВ, совладелец и шеф-повар ресторана Bourgeois Bohemians
АРТЕМ КОЛЬЧУКОВ, совладелец пивоварни AF brew, ресторана All Grain, создатель фестиваля Lobotomy Day и других
АЛЕКСЕЙ КРЫЛОВ, сооснователь ресторанов Nino, Jungle, Gastroli, Ciao!
МАРК ЛАПИН, совладелец ресторанов Grecco, бистро-бара MIO, владелец ресторана «Огородники»
ИГОРЬ МЕЛЬЦЕР, основатель группы La Perla
ЭДУАРД МУРАДЯН, основатель ресторана EM, сооснователь бистро Le Moujik
МАРИНА НАУМОВА, основатель и шеф-повар «Маруся & Co», бренд-шеф и соучредитель ресторанов Mindal Cafe
АРТЕМ ПЕРУК, совладелец El Copitas, Paloma Cantina, Tagliatella Caffe, Bartenders FAQtory и других
АНДРЕЙ ПЕРЦЕВ, идеолог гастрономического пространства Balagan, ресторанов Ognivo, Litera G, Green 28 и Gringo
ИГОРЬ ПРАЩЕНКО, управляющий партнер холдинга White Group (входят ресторан «Чайка на воде», сеть Ferma, сеть «Деда Хинкали»)
ВАЛЕРИЙ ПОРЯДИН, шеф-повар гастробистро Teya Neo
ВИТАЛИЙ СВИДОВСКИЙ, совладелец и генеральный директор группы компаний «Теремок»
МАРИЯ СМОЛОВА, операционный директор бистро, бара и пекарни «Футура»
МИХАИЛ СОКОЛОВ, сооснователь italy&co
АНАСТАСИЯ РЕШЕТНИКОВА, сооснователь ресторанов ZAZAZU и MON CHOUCHOU
НАДЕЖДА ТРЕТЬЯКОВА, совладелица и управляющая ресторанов Nordic, Dreva
БОРИС ТИМЧУК, владелец La Prosciutteria
АНТОНИО ФРЕЗА, основатель Fresa's Restaurant Group: Sea, Signora, FRESA, Marso Polo, KOI, Saviv, Saviv Moscow, Tel Aviv by Saviv.
АЛЕКСАНДР ШАВЛИАШВИЛИ, основатель AGNA GROUP (входят ресторан AGA, Василеостровский и Московский рынки)

32 ➔ какие технологии нужно внедрять и для чего». Однако он отмечает, что крупный бизнес уже широко использует ИИ для достижения целого ряда эффектов.

Это подтверждают и в Т-Банке. По словам Виктора Тарнавского, результаты от применения ИИ могут быть разного типа. Один из них — прямые экономические эффекты, которые отражаются в P&L компании за год. В основном они связаны с операционными затратами, где ИИ повышает эффективность разных функций, например, поддержки или продаж, путем оптимизации издержек или персонала. Однако существуют и другие способы влиять на P&L, например, улучшать рекомендацию продуктов, замечает господин Тарнавский. «Если ты рекомендуешь свои продукты, особенно в цифровом мире, более правильным клиентам, то стоимость привлечения одного клиента на продукт получается меньше. Это измеримый эффект от ИИ, от которого можно посчитать пользу в денежном эквиваленте»,— поясняет он. Другой пример — экономические эффекты будущего. Их нельзя посчитать прямо сейчас, но в долгосрочной перспективе для компаний они показывают большие финансовые результаты.

Так, долгосрочные эффекты делятся на несколько категорий, замечает Виктор Тарнавский. Первая категория — это проекты, связанные с ускорением работы сотрудников в штате, например, в областях разработки или аналитики. «Компания начинает развиваться быстрее, решает свои задачи в ускоренном темпе, но быстро этот эффект нельзя перевести в деньги прямым образом. Поэтому такие изменения характеризуются „эффектами будущего дня", которые отражают быстрое движение компании и ее результативность»,— объясняет эксперт.

Вторая категория — это «эффекты на лояльность», характеризующиеся проектами компании, от которых ее конечный клиент становится счастливее. «Такие эффекты влияют на удержание клиента, на его долгую лояльность по отношению к бизнесу, однако их также сложно посчитать в моменте, потому что они показывают результат в перспективе ближайших пяти или десяти лет»,— напоминает Виктор Тарнавский.

Однако есть еще и нефинансовые эффекты. В проекты с такими метриками предприниматели инвестируют средства, но ожидают не денежных результатов, а улучшения других показателей. Например, к ним относятся системы безопасности, которые защищают средства пользователей и повышают уровень доверия к бизнесу. Нефинансовые эффекты также могут повлиять на отношения с инвесторами или на удовлетворенность сотрудников, напоминает господин Тарнавский.

В рамках Альянса искусственного интеллекта Т-Банк совместно с другими компаниями развивает методологию правильного подсчета эффектов от нейросетей. Компания выстроила несколько принципов работы с эффектами от ИИ в рамках такой методологии.

Во-первых, вести расчеты только через P&L. Это необходимо для того, чтобы учитывать исключительно те эффекты, которые напрямую связаны с ростом выручки или снижением затрат, не включая, например, потенциальные или брендовые эффекты.

Во-вторых, использовать в методологии только контролируемые подтвержденные эксперименты. Например, точные методы A/B-тестирования или длительные контрольные группы, результаты которых имеют научную доказательную базу и могут четко выделить влияние ИИ.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ