Будущее гастрономии: локальность, впечатление гостя, ресурсы и искусственный интеллект

Исследовательская версия доклада: на чём держится каждое утверждение, какие источники за ним стоят и где проходят границы выводов.

Ирина Костина Исследование Редакция 24.10.2026

1. Локальность
2. Гастрономические впечатления
3. Форматы и ресурсы
4. Технологии

Четыре темы доклада. Схема, а не фотография.

Аннотация

Это исследовательская версия выступления Ирины Костиной «Будущее гастрономии». Она объясняет, на чём держатся утверждения доклада, где проходят их границы и какие источники стоят за каждым примером. Это авторский аналитический обзор к выступлению, а не оригинальное и не рецензированное

исследование. Темы совпадают с докладом: локальность, меню и впечатление гостя, новые форматы и работа с ресурсами, технологии и искусственный интеллект. Для каждой темы разделены уровни оснований: эксперимент, отчёт с методикой, описание проекта самим проектом, данные поставщика, сообщение медиа, опубликованные слова автора, условный пример и авторская оценка. Эксперимент о подаче показывает, что оформление меняет оценку блюда и названную цену, но не показывает рост продаж конкретного заведения [1]. Описания Tunguska, Mater, Slow Food, Alchemist, noma, WE ARE ONA, Nolla, Too Good To Go и Winnow подтверждают существование подходов, а не их результат. Предложения доклада — вкусовые маршруты, пробы с производителем, учёт причин отходов, проверка прогноза против привычного способа — описаны как предложения для проверки, а не как установленные эффекты.

01

Вопрос и метод

Исследовательский вопрос и границы

Вопрос обзора: какие изменения в гастрономии полезны тем, кто делает ресторан, кафе, гостиничную кухню, кейтеринг или событие, и как отличить решение, которое меняет опыт гостя и работу команды, от красивой новинки. Доклад предлагает рабочие определения: тренд — направление изменений, инновация — конкретное новое решение, которое можно проверить в работе. Это определения для разговора, а не эмпирические утверждения.

В обзор входят рестораны, кафе, гостиницы, выездные и временные проекты. Не входят производство продуктов, розница как отдельный бизнес, вопросы питания и здоровья.

Статус материала

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Это авторский аналитический обзор к выступлению. У автора нет собственной выборки, опроса или эксперимента; текст не проходил рецензирование. Его задача — свести источники, назвать силу и слабость каждого и показать, на чём держится каждое утверждение доклада. Эпизоды из практики автора опираются на её опубликованные слова; подробности, которых нет в публикации, в текст не добавлены.

Уровни оснований

Источники разной природы доказывают разное. Подпись над абзацем («Данные исследования», «Описание проекта», «Учебный пример», «Авторский вывод») показывает, к какому уровню относится сказанное.

Типы источников и что они доказывают

ТИП ИСТОЧНИКА	ЧТО ПОКАЗЫВАЕТ	ЧЕГО НЕ ПОКАЗЫВАЕТ	ПРИМЕРЫ В ОБЗОРЕ
Эксперимент	Влияние одного условия при прочих равных	Поведение реальных гостей и продажи	Michel и др., 2014 [1]; Woods и др., 2016 [2]
Сравнение моделей на данных	Точность методов на конкретном наборе	Влияние прогноза на отходы и затраты	Hossain, Parvin, 2025 [3]
Обзор исследований	Общую картину многих работ	Бизнес-результат	Spence, 2015 [4]; Spence и др., 2021 [5]
Отчёт с методикой	Масштаб явления и способ измерения	Причину эффекта в отдельном заведении	UNEP, 2024 [6] [7]; Champions 12.3, 2019 [8]
Руководство или определение	Принятые понятия и риски	Эффективность конкретного решения	NIST, 2024 [9]
Описание проекта	Что проект заявляет о себе	Результат и экономику	Tunguska, Mater, Slow Food, Alchemist, noma, WE ARE ONA, Nolla, Too Good To Go
Данные компании	Результат продукта по версии поставщика	Независимую проверку	Winnow [10]
Медиа и интервью	Факт сообщения или слова участника	Измерение	Wedding Magazine [11] [12]; Björn [13]

ТИП ИСТОЧНИКА	ЧТО ПОКАЗЫВАЕТ	ЧЕГО НЕ ПОКАЗЫВАЕТ	ПРИМЕРЫ В ОБЗОРЕ
Учебный пример, предложение, авторский вывод	Способ рассуждения	Факт	вкусовые маршруты, проба блюда и напитка, условная производственная схема

Смещение подборки

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Подборка целевая, а не репрезентативная. Заметные авторские и премиальные проекты проще найти: они подробно пишут о себе, о них пишут журналисты. Средние и закрывшиеся проекты почти не видны. Поэтому внешние примеры в докладе служат для разбора принципа, а не для вывода о том, как устроена отрасль. Доклад сам предупреждает: единственный яркий проект не стоит называть новым направлением всей отрасли.

02

Локальность: место как часть продукта

Проекты, которые доклад разбирает

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Tunguska в Красноярске описывает свою кухню как современную сибирскую: местные продукты и традиции в современной технике [14]. Сайт ресторана связывает сибирские гастрономические традиции с долгим взаимодействием русской кухни с кухнями ближайших азиатских соседей [14].

Tunguska

Красноярск · ресторан современной сибирской кухни

РЕШЕНИЕ

Кухня строится на сибирских продуктах и традициях в современной технике; ресторан сам описывает это как основу своего предложения [14].

ПРЕДЕЛ

Это описание оператора: доля локальных продуктов, поставщики и экономика публично не раскрыты.

ПРИНЦИП

Место — источник содержания, а не декор: продукт, история и люди региона задают, что именно получает гость.

Источник: [14]

Статус. Это самоописание ресторана. Оно подтверждает, что подход существует, но не сообщает долю местных продуктов, круг поставщиков и экономику [14].

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Mater Iniciativa в Перу — исследовательская инициатива, которая изучает территорию междисциплинарной командой; рестораны группы служат площадками, где результаты показывают гостю [15]. Инициатива описывает и полевую работу с местными сельскими сообществами в районе Морей [15].

Mater Iniciativa

Перу · исследовательская инициатива при ресторанах

РЕШЕНИЕ

Междисциплинарная команда изучает территорию, продукты и практики; рестораны группы названы площадками, где результаты показывают гостю [15].

ПРЕДЕЛ

Методика и результаты исследований на странице не раскрыты; масштаб команды не сопоставим с малым бизнесом.

ПРИНЦИП

Прежде чем придумывать концепцию, соберите материал: люди, продукты и среда вокруг уже содержат идеи.

Источник: [15]

Статус. Методика и результаты исследований на странице не раскрыты; масштаб команды несопоставим с малым бизнесом [15]. В докладе из этого примера взят порядок работы (сначала узнать место) и отношение к сообществу как к партнёру, а не как к источнику сюжетов. Второе — позиция автора, а не результат, описанный Mater.

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Ark of Taste («Ковчег вкуса») движения Slow Food — каталог небольших традиционных продуктов и производств, которым грозит исчезновение [16]. Фонд отдельно оговаривает, что для некоторых исчезающих диких видов правильнее сократить или прекратить потребление [16].

Статус. Это описание программы самим фондом. Оно не призывает увеличивать спрос на редкие продукты и не делает ни один конкретный местный продукт «редким» без отдельной проверки. Доклад использует эту оговорку как напоминание: прежде чем «спасать» продукт спросом, стоит понять, что именно поддерживается выбором.

Пример или тренд

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Доклад предостерегает от того, чтобы называть единственный яркий проект направлением всей отрасли. О тренде можно говорить, когда в одну сторону независимо движутся многие участники и это видно в данных. Для российского контекста доступен косвенный сигнал интереса к региональному продукту.

ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Роспатент сообщил, что в 2024 году зарегистрировал 32 новых региональных бренда из 25 регионов; всего зарегистрировано 366 региональных брендов, и они есть у 78 субъектов России [17]. За девять месяцев 2025 года ведомство получило 82 заявки — на 11% больше, чем годом раньше; крупнейшая категория — продукты питания и сельскохозяйственная продукция [18].

Статус. Это регистрации прав на обозначения, а не данные о спросе гостей; в число брендов входят не только продукты питания, а при малой базе процент роста легко колеблется [17] [18]. В самом докладе эти данные не приводятся.

Где проходит граница

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Локальность работает как ресурс содержания, когда продукт, история и люди места меняют само предложение гостю, а не только оформление [14] [15]. Это вывод из описаний проектов, а не измеренный эффект. Практические предложения доклада — разговор с производителем до меню, два ответа команды на один продукт, блюдо вокруг принципа, а не единственного редкого ингредиента, учёт сезона, объёма и замены — профессиональные рекомендации автора, а не результаты исследований.

> ПЕРЕНОСИМЫЙ ПРИНЦИП
>
> Место — источник содержания, если оно меняет продукт и строится на отношениях с людьми, которые его производят. Само наличие локального меню не доказывает ни спроса, ни экономики.

03

Меню и впечатление гостя

Рамка: экономика впечатлений

Концепция экономики впечатлений описывает переход ценности от товара к услуге и к впечатлению [19]. Это управленческое эссе, а не эмпирическое исследование; для обзора проверен только открытый фрагмент статьи [19]. Оно даёт язык для разговора о впечатлении, но не доказывает, что впечатление приносит больше денег в конкретном бизнесе.

Что показывает эксперимент о подаче

ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В лабораторном эксперименте Michel и соавторов 2014 года 60 участников получили одинаковый салат в одном из трёх вариантов оформления; вариант, напоминавший абстрактную картину, получил более высокие оценки, в том числе вкуса после еды, и большую заявленную готовность платить [1]. Дизайн межгрупповой: каждый участник видел только один вариант [1].

ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Ограничения существенны: лабораторная обстановка, участники в основном студенты, одно блюдо, большая разница в названных суммах; реальную покупку эксперимент не измерял [1]. Часто цитируемое «вдвое дороже» встречается в пересказах прессы; в тексте статьи эту величину мы не нашли и не приводим.

Контрпример и обзоры

ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Не всякое «правило» подачи подтверждается: в исследовании предпочтений изображений нечётное число элементов не дало устойчивого преимущества [2]. Обзоры описывают восприятие вкуса как результат работы нескольких чувств и обстановки [4] [5]; это повествовательные обзоры одной исследовательской школы, а у части авторов заявлен конфликт интересов [5]. Выручку и повторные визиты эти работы не измеряют.

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Поэтому доклад задаёт практический вопрос, а не выводит правило: помогает ли оформление гостю понять блюдо и захотеть его попробовать.

Вкусовые маршруты: опубликованное предложение

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

В комментарии для Wedding Magazine Ирина Костина предложила меню с разными гастрономическими маршрутами: гость выбирает направление, кухня продолжает его в следующих подачах [11].

УЧЕБНЫЙ ПРИМЕР

Дальнейшая разработка в докладе — ужин с одним блюдом в двух законченных вкусовых версиях шефа, объяснение различия простыми словами, возможность довериться кухне и ничего не выбирать, отдельное выяснение ограничений по продуктам и простые признаки первой пробы — это предложенная проверка идеи, а

не описание проведённого мероприятия. Результатов такой пробы источники не содержат.

Драматургия вечера и эпизоды из практики

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Alchemist в Копенгагене описывает свою концепцию как соединение гастрономии с искусством, театром, наукой и дизайном [20]. Это манифест концепции; экономический эффект не раскрыт [20].

Alchemist

Копенгаген · ресторан-постановка

РЕШЕНИЕ

Еда соединена с театром, искусством, наукой, технологиями и дизайном в единую драматургию вечера [20].

ПРЕДЕЛ

Это манифест концепции; бюджет и формат такого уровня нельзя считать нормой, экономический эффект не раскрыт.

ПРИНЦИП

Согласованность важнее количества эффектов: всё, что видит и слышит гость, работает на одну мысль.

Источник: [20]

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

В материале Wedding Magazine о шоу-подаче, опубликованном 15 сентября 2025 года, Ирина Костина вспоминает проект, на котором команда разработала для официантов фартуки с буквами: когда официанты выстраивались в ряд, складывалось поздравление [12]. В том же материале описан проект команды — вечеринка в испанском стиле, где вынос паэльи сопровождался танцем: официанты помогали профессиональной артистке, повара вывозили большую паэлью в зал [12].

Статус. Это медийный материал с прямой речью эксперта. Он подтверждает, что эпизоды были и что автор о них рассказывала публично. Он не сообщает бюджет, число гостей, текст поздравления, реакцию гостей и продажи; личная роль автора в проекте с паэльей не описана. Вопросы об организации — где артист, как проходит команда, когда блюдо готово, как гости его получают, как вернуться к обычному сервису — редакционные рекомендации доклада, а не реконструкция того, как проходили эти проекты.

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Близкую мысль автор высказывала в интервью о свадебном кейтеринге [11]:

> Сегодня настоящий вау-эффект — это не когда в зале происходит как можно больше событий.

Напитки: соковое сопровождение

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

В noma наряду с винным сопровождением предлагается отдельное соковое сопровождение [21]. Это пример предложения одного ресторана, а не статистика потребления алкоголя и не доказательство пользы конкретного сочетания [21].

УЧЕБНЫЙ ПРИМЕР

Предложенная в докладе проба — одна пара блюда и безалкогольного напитка, совместная дегустация «сначала отдельно, потом вместе» — вопросы для проверки, а не универсальная формула сочетаний.

> ПЕРЕНОСИМЫЙ ПРИНЦИП
>
> Подача и обстановка меняют оценку блюда — это подтверждает эксперимент. Изменит ли новая идея опыт ваших гостей и выдержит ли её команда, придётся проверять у себя.

04

Новые форматы и работа с ресурсами

Временные и партнёрские форматы

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

WE ARE ONA описывает себя как кулинарную студию, которая создаёт временные гастрономические события вместе с сетью творческих партнёров [22]. Экономика и выгоды событий на странице не раскрыты [22].

WE ARE ONA

разные города · студия временных гастрономических событий

РЕШЕНИЕ

Студия создаёт временные события и проекты вместе с сетью творческих партнёров и сообществом поваров [22].

ПРЕДЕЛ

События и их экономика на странице не описаны; клиенты студии — крупные бренды.

ПРИНЦИП

Небольшой проект может не строить всё сам: временный формат и партнёры снижают порог входа.

Источник: [22]

УЧЕБНЫЙ ПРИМЕР

Производственная схема, в которой выездной проект готовит на базе действующего ресторана, приведена в докладе как условный пример для разбора. Вопросы — доступ к действующей кухне, согласование загрузки, передача готового результата, граница ответственности — выведены из самой модели, а не из внутренних регламентов какой-либо компании.

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Похожая логика общей инфраструктуры встречается и в программах поддержки малого бизнеса: La Cocina в Сан-Франциско открыла фуд-холл с льготной арендой для выпускниц своей программы [23]. Это американский контекст без финансовой отчётности; прямой перенос невозможен [23].

Масштаб пищевых отходов

ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

По оценке Программы ООН по окружающей среде, в 2022 году в мире образовалось около 1,05 млрд тонн пищевых отходов, включая несъедобные части; на общественное питание пришлось около 28% [6] [7]. Многие страновые оценки модельные, данные по общепиту слабее, чем по домохозяйствам [7].

ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для предпринимателя важнее методика: UNEP предлагает измерять пищевые отходы по уровням точности; без измерения нельзя отличить намерение от результата [7].

Разделение причин в докладе — неизбежные остатки обработки, испортившаяся заготовка, приготовленное и непроданное — авторское предложение для своей кухни.

Предотвращение и продажа излишков

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Nolla в Хельсинки описывает свою работу через предотвращение отходов: закупки, упаковку и использование ресурсов [24]. Это декларация практик без измеренного результата [24].

Nolla

Хельсинки · ресторан с программой предотвращения отходов

РЕШЕНИЕ

Ресторан декларирует отказ от одноразовой упаковки и пластика, работу с локальными и органическими поставщиками и предотвращение отходов [24].

ПРЕДЕЛ

Это декларация практик без измеренного результата; живая страница была недоступна, использована архивная копия.

ПРИНЦИП

Инновация может начинаться не с блюда, а с ежедневных операций: закупки, упаковки, учёта.

Источник: [24]

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Too Good To Go предлагает предприятиям продавать непроданную еду наборами, которые покупатель резервирует в приложении и забирает в установленное время [25]. Это зарубежная модель; её доступность для Кирова не заявляется [25].

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Доклад разделяет две задачи: продажа излишка не равна его предотвращению. Если излишек появляется каждый день, канал продажи наборов не отвечает на вопрос, почему приготовлено больше, чем нужно.

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

Российский пример операционных решений — интервью бренд-шефа Björn 2023 года о сортировке отходов и закупке крупными упаковками или в свою тару [13]. Это

самоотчёт; текущие практики и названная экономия не подтверждены независимо [13].

ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В выборке 114 ресторанов из 12 стран программы сокращения отходов окупались в среднем в соотношении 7:1 за три года [8]. Выборка не случайная — в неё вошли площадки с данными от поставщиков систем учёта; разброс отдачи — от 0:1 до 27:1; авторы не гарантируют применимость к отдельному ресторану [8]. В докладе эти цифры не приводятся: доклад сознательно не обещает экономию.

> ПЕРЕНОСИМЫЙ ПРИНЦИП
>
> Инновация может менять форму проекта, распределение работы и путь продукта через кухню. Намерение становится результатом только после измерения причин «до» и «после».

05

Технологии и искусственный интеллект

Три задачи

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Доклад различает три задачи: придумать вариант (генерация), сделать прогноз и выполнить действие. Это простая схема для разговора, а не классификация какого-либо стандарта.

Задача	На входе	На выходе	Кто проверяет
Генерация	бриф и ограничения	варианты текста, меню, образа	автор и шеф: вкус, факты, безопасность
Прогноз	история продаж и загрузка	сколько готовить или закупить	сверка прогноза с фактом каждую неделю
Действия	задача и доступ к инструментам	заказ, письмо, запись в системе	человек подтверждает до исполнения

Три задачи ИИ: что на входе, что на выходе и кто проверяет. Рабочая схема доклада

Прогноз: что заявлено и что известно независимо

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

В сентябре 2026 года Winnow объявила о запуске Foresight — инструмента прогнозирования для гостиничных кухонь; по описанию компании, он использует загрузку гостиницы и историю сервиса, чтобы предлагать объёмы приготовления отдельных позиций [10].

Winnow Foresight

Лондон; пилоты в гостиницах Европы, Ближнего Востока и Африки · инструмент прогноза приготовления

РЕШЕНИЕ

Система прогнозирует, сколько каждого блюда готовить к сервису, по данным о загрузке и отходах [26].

ПРЕДЕЛ

Результаты пилотов опубликованы самим поставщиком, без базовой линии и независимой проверки.

ПРИНЦИП

Прогноз — это не генерация идей: он отвечает на узкий вопрос по вашим данным, и его точность можно проверить.

Источник: [26]

Статус. Положительные результаты первых внедрений публикует сам поставщик, без независимой методики и контрольной группы [10]. Цифры этих результатов обзор не приводит.

ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Независимое исследование показывает, насколько трудна задача на малых данных. В исследовании прогноза спроса одного ресторана в Бангладеш лучшая модель ошибалась в среднем почти на половину фактического объёма продаж (MAPE 46), а простые статистические методы обошли более сложную модель XGBoost [3]. Ресторан один, данные помесячные; снизил ли прогноз отходы, не проверялось [3].

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Отсюда предложение доклада: сравнивать новый прогноз со способом планирования, которым команда пользуется сейчас, и учитывать не только точность, но и время людей на получение и проверку результата, а также то, хватало ли еды гостям при меньших остатках.

Генерация: уверенные ошибки

ДАННЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

В профиле рисков генеративного ИИ NIST описывает конфабуляцию — уверенно поданное ошибочное или ложное содержание [9]. Руководство добровольное, частоту таких ошибок не измеряет и к гастрономии напрямую не относится [9]. Этот риск генерации отличается от ошибки прогноза спроса.

УЧЕБНЫЙ ПРИМЕР

Учебный прогон из материалов выступления: нейросети поручили предложить ужин из пяти подач для тридцати гостей, без орехов, с локальными продуктами. По описанию прогона в рабочем исходнике отмечены две ошибки — неверный адрес рынка «Фуд Сити» и непроверенные площадки в роли поставщиков. Это пробный запрос, не заказ клиента; исходная запись прогона для этого обзора не перепроверялась, и единичный пример не является оценкой каких-либо систем.

Роль человека

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

Результат ИИ в четырёх областях — безопасность гостя, деньги, обещания и факты — подтверждает ответственный человек; степень самостоятельности инструмента выбирается по последствиям его ошибки. Граница проходит между черновиком и действием от имени компании, например отправкой письма поставщику.

> ПЕРЕНОСИМЫЙ ПРИНЦИП
>
> Сначала назовите задачу: вариант, прогноз или действие. От неё зависит, как проверять результат и где обязательна подпись человека. Сравнивайте весь путь до пригодного результата, а не скорость первого ответа.

06

Ограничения

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

- Подборка целевая и смещена к заметным проектам; внешние примеры служат для разбора принципа, а не для выводов об отрасли.
- Большинство кейсов — самоописания проектов или медиа; они подтверждают существование подходов, но не их результат и не экономику.
- Научная база о подаче — небольшие эксперименты и обзоры одной школы; продажи в них не измерялись [1] [2].
- Данные об ИИ на кухне — описание поставщика и одно исследование одного ресторана [10] [3].
- Эпизоды из практики автора подтверждены её опубликованными словами; подробностей, которых нет в публикации, текст не содержит. Учебный прогон ИИ приведён по описанию рабочего исходника, без перепроверки записи.
- Российские данные немногочисленны [13] [17] [18].
- Текст не рецензирован; страницы проектов могут измениться после даты проверки.

07

Выводы

АВТОРСКИЙ ВЫВОД

- Локальность — это содержание и отношения с людьми, которые производят продукт, а не оформление.
- Подача меняет оценку блюда; новые форматы выбора — например, вкусовые маршруты — стоит проверять малой пробой.
- Временные и партнёрские форматы требуют заново договориться об ответственности.
- С отходами работают через причины: предотвращение и продажа излишков — разные решения.

- Для ИИ сначала назовите задачу; безопасность, деньги, обещания и факты подтверждает человек.

Как цитировать

Костина И. Будущее гастрономии: исследовательская версия выступления. kostina.online, редакция 22.10.2026 (fg-2026-10-24-2ed15aaa). https://kostina.online/speaking/future-gastronomy/research/

_

Примечания и источники

1. C. Michel, C. Velasco, E. Gatti, C. Spence. *A taste of Kandinsky: assessing the influence of the artistic visual presentation of food on the dining experience*. Flavour 3:7. 2014. doi:10.1186/2044-7248-3-7 (https://doi.org/10.1186/2044-7248-3-7). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4 ↩5 ↩6

2. A. T. Woods, C. Michel, C. Spence. *Odd versus even: a scientific study of the "rules" of plating*. PeerJ 4: e1526. 2016. doi:10.7717/peerj.1526 (https://doi.org/10.7717/peerj.1526). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3

3. Hossain M. S., Parvin F. *A comparative study of various statistical and machine learning models for predicting restaurant demand in Bangladesh*. PLOS ONE. 2025. doi:10.1371/journal.pone.0325449 (https://doi.org/10.1371/journal.pone.0325449). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4

4. C. Spence. *Multisensory flavor perception*. Cell 161: 24–35. 2015. doi:10.1016/j.cell.2015.03.007 (https://doi.org/10.1016/j.cell.2015.03.007). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2

5. C. Spence, J. Youssef, C. A. Levitan. *Delivering the Multisensory Experience of Dining-Out, for Those Dining-In, During the Covid Pandemic*. Frontiers in Psychology. 2021. doi:10.3389/fpsyg.2021.683569 (https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.683569). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3

6. *World squanders over 1 billion meals a day — UN report*. UNEP. 27.03.2024. unep.org (https://www.unep.org/en/news-and-stories/press-release/world-squanders-over-1-billion-meals-day-un-report). Проверено 2026-10-23. Карточка источника ↩1 ↩2

7. *Food Waste Index Report 2024*. UNEP совместно с WRAP. 27.03.2024. unep.org (https://www.unep.org/resources/publication/food-waste-index-report-2024). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4

8. *The Business Case for Reducing Food Loss and Waste: Restaurants*. Champions 12.3 (WRI, WRAP). февраль 2019. PDF, food.ec.europa.eu (https://food.ec.europa.eu/system/files/2021-04/fw_lib_wri-business-case-restaurants_2019.pdf). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3

9. *Artificial Intelligence Risk Management Framework: Generative Artificial Intelligence Profile*. NIST. июль 2024. doi:10.6028/NIST.AI.600-1 (https://doi.org/10.6028/NIST.AI.600-1). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3

10. *Winnow — новости компании: объявление о запуске Winnow Foresight*. Winnow Solutions. запись от 29.09.2026. winnowsolutions.com/resources/news (https://www.winnowsolutions.com/resources/news). Проверено 2026-10-23. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4

11. Ю. Чернова. *Кейтеринг на свадьбу осенью 2026: главные тенденции и 29 идей*. Wedding Magazine. 04.09.2026. wedding-magazine.ru (https://www.wedding-magazine.ru/wedding-day/kejtering-na-svadbu-osenyu-2026-8-glavnyh-tendentsij-i-29-idej). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3

12. *Шоу-подача: свадебный ужин, который запомнится надолго*. Wedding Magazine. 15.09.2025. wedding-magazine.ru (https://www.wedding-magazine.ru/wedding-day/shou-podacha-svadebnyj-uzhin-kotoryj-zapomnitsya-nadolgo). Проверено 2026-10-22. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3

13. А. Пигарев. *«Бесследный» ресторан: зачем бренд-шеф Bjorn в Москве соблюдает правила zero waste*. Открытая кухня (Яндекс Еда). 10.10.2023. openkitchen.eda.yandex (https://openkitchen.eda.yandex/article/people/people_stories/bessledniy-restoran-zachem-shef-bjorn-v-moskve-soblyudaet-pravila-zero-waste). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4

14. *Tunguska — ресторан сибирской кухни, Красноярск*. Tunguska (Berrywood Family). без даты. tunguskarestaurant.ru (https://tunguskarestaurant.ru/). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4 ↩5 ↩6

15. *About — Mater*. Mater Iniciativa. без даты (на странице указано «2013–2025»). materiniciativa.com (https://materiniciativa.com/en/mater). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4 ↩5 ↩6

16. *The Ark of Taste*. Slow Food Foundation for Biodiversity. страница программы. fondazioneslowfood.com (https://www.fondazioneslowfood.com/en/what-we-do/the-ark-of-taste/). Проверено 2026-10-23. Карточка источника ↩1 ↩2

17. *Роспатент подвёл итоги регистрации региональных брендов за 2024 год*. Роспатент. 20.01.2025. rospatent.gov.ru (https://rospatent.gov.ru/ru/news/rospatent-20012025). Проверено 2026-10-22. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3

18. *Роспатент отмечает рост интереса к регистрации региональных брендов: плюс 11% заявок за 2025 год*. Роспатент. 28.10.2025. rospatent.gov.ru (https://rospatent.gov.ru/r

u/news/28-10-2025-rospatent-otmechaet-rost-interesa-k-registracii-regionalnyh-brendov-plyus-11-zayavok-za-2025-god). Проверено 2026-10-22. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3

19. B. J. Pine II, J. H. Gilmore. *Welcome to the Experience Economy*. Harvard Business Review. июль 1998. hbr.org (https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2

20. *Holistic Cuisine*. Alchemist, Копенгаген. без даты. alchemist.dk (https://alchemist.dk/holistic-cuisine/). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4

21. *noma — Copenhagen 2026, Reservation*. noma, Копенгаген. страница бронирования 2026. noma.dk (https://noma.dk/da/reservation/). Проверено 2026-10-23. Карточка источника ↩1 ↩2

22. *About — We Are Ona*. WE ARE ONA. без даты. weareona.co (https://weareona.co/about). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4

23. *Jerk Chicken Tacos, Algerian Couscous Arrive in the Tenderloin's New Women-Led Food Hall*. KQED. 02.04.2021, обновлено 11.01.2024. kqed.org (https://www.kqed.org/arts/13895067/la-cocina-municipal-marketplace-food-hall-opening-tenderloin). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2

24. *About — Restaurant Nolla*. Restaurant Nolla, Хельсинки. без даты. restaurantnolla.com/restaurant (https://restaurantnolla.com/restaurant/). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2 ↩3 ↩4

25. *Too Good To Go — для предприятий*. Too Good To Go. страница сервиса. join.toogoodtogo.com (https://join.toogoodtogo.com/). Проверено 2026-10-23. Карточка источника ↩1 ↩2

26. *Winnow Foresight*. Winnow Solutions. страница продукта без даты. winnowsolutions.com/winnow-foresight (https://www.winnowsolutions.com/winnow-foresight). Проверено 2026-10-12. Карточка источника ↩1 ↩2

Редакция 24.10.2026 · fg-2026-10-24-2ed15aaa