

26-3323



26-03323

Екатерина
Стародубцева - Калачева

РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС ВСЕ ДЕЛО В КОМАНДЕ

Екатерина
Стародубцева - Калачева

РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС ВСЕ ДЕЛО В КОМАНДЕ

о еса практики говорят

ИНФОРМАЦИОННАЯ ГРУППА
**РЕСТОРАННЫЕ
ВЕДОМОСТИ**

УДК 005.95:640.432

ББК 65.431.14-212

C77

*Охраняется законом РФ об авторском праве.
Воспроизведение всей книги или любой ее части запрещается
без письменного разрешения издателя.
Любые попытки нарушения закона
будут преследоваться в судебном порядке.*

Стародубцева-Калачева, Екатерина

C77 Ресторанный бизнес: все дело в команде / Екатерина

Стародубцева-Калачева — М.: ООО «МЕДИА ГРУППА
«РЕСТОРАННЫЕ ВЕДОМОСТИ», 2026. — 264 с.

ISBN 978-5-6053473-7-8

Агентство СІР РГБ

В современном мире сфера гостеприимства — это не только еда и напитки, но и люди, которые создают атмосферу, команда, где каждый играет важную роль. Успех ресторана напрямую зависит от того, насколько слаженно и профессионально работает его коллектив. В книге «Ресторанный бизнес: всё дело в людях» мы раскрываем секреты формирования эффективных команд, делимся проверенными практиками и реальными историями из индустрии HoReCa.

Данная книга адресована владельцам ресторанов, управляющим, HR-специалистам и всем, кто стремится построить сильную, мотивированную и профессиональную команду. В ней рассматриваются ключевые этапы создания команды — от подбора и адаптации сотрудников до развития корпоративной культуры и управления конфликтами. Наши рекомендации помогут вам не только улучшить бизнес-процессы, но и создать рабочую среду, в которой каждый сотрудник чувствует свою значимость и стремится к общему успеху, к эволюции вашего проекта.

ISBN 978-5-6053473-7-8

© ООО «МЕДИА ГРУППА «РЕСТОРАННЫЕ ВЕДОМОСТИ», 2026
© Стародубцева-Калачева Екатерина Сергеевна, 2026

СОДЕРЖАНИЕ

7 с. ВСТУПЛЕНИЕ

8 с. ЧАСТЬ I. ОБУЧЕНИЕ, МОТИВАЦИЯ И ПРОДУКТИВНОСТЬ

Ольга Кретьман-Пахайло,
Ростов-на-Дону



Глава 1. ОБУЧЕНИЕ УНИВЕРСАЛЬНЫХ И ЭФФЕКТИВНЫХ СОТРУДНИКОВ

- 1.1. Кто такие «универсальные сотрудники», и что значит «эффективная команда»?
- 1.2. Портрет универсального сотрудника: какими качествами и потенциалом он должен обладать?
- 1.3. Подбор и оценка универсальных сотрудников: технологии и этапы
- 1.4. Элементы системы обучения универсальных и эффективных сотрудников
- 1.5. Как работает вся система: объединение в единую модель

Алина Колесникова,
Воронеж



Глава 2. КАК НАУЧИТЬ ИИ УЧИТЬ ЛЮДЕЙ: КЕЙС AYS! ПО ОБУЧЕНИЮ 1000+ СОТРУДНИКОВ С ПОМОЩЬЮ ИИ

- 2.1. От проблемы к решению
- 2.2. ИИ-бот Selarti: функции и архитектура взаимодействия
- 2.3. Роль ИИ-методолога в системе обучения

Татьяна Федорова,
Тюмень



Глава 3. ИНСТРУМЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПСИХОЛОГИИ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ПРОДУКТИВНОСТИ

- 3.1. Работа — это игра
- 3.2. Дашборд
- 3.3. Погружение на глубину: Telegram-бот-квест как инструмент адаптации
- 3.4. Без штрафов: формирование культуры доверия и уважения
- 3.5. Идея Brooklyn Bowl: как превратить инициативу в движущую силу бизнеса
- 3.6. Обратная связь, которая меняет бизнес

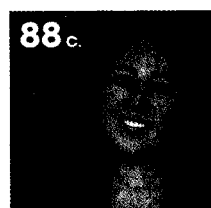
Ольга Выродова,
Москва



Глава 4. ПРОДУКТОВЫЙ ПОДХОД В HR: ОПЕРАЦИОННАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПЕРСОНАЛА

- 4.1. HR и продуктовый подход: логика новой реальности
- 4.2. 2025: год автоматизации и роста
- 4.3. Гемба: идти туда, где создается ценность

Ирина Пайвина,
Москва



Глава 5. ПРЕБОРДИНГ КАК ВАЖНАЯ ЧАСТЬ АДАПТАЦИИ, ИЛИ КАК ВЛЮБИТЬ В СЕБЯ КАНДИДАТА ДО НАЧАЛА РАБОТЫ

- 5.1. Employee Journey Map (EJM)
- 5.2. Что такое пребординг
- 5.3. Чем пребординг полезен для людей и компании
- 5.4. Как разработать пребординг
- 5.5. Этапы адаптации

Екатерина Стародубцева-
Калачева,
Москва



100 с. ЧАСТЬ II. ПОДБОР КАДРОВ

Глава 6. ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ДИЗАЙН БУДУЩЕГО — КАК АРХИТЕКТУРА КОМАНДЫ ОПРЕДЕЛЯЕТ СУДЬБУ КОМПАНИИ

- 6.1. От иерархий к гибким, распределенным структурам
- 6.2. Роль лидера как архитектора, а не контролера
- 6.3. Ключевые элементы организационного дизайна
- 6.4. Как собрать команды: поведенческие стили и командный баланс
- 6.5. Диагностика: как понять, что «что-то не так»
- 6.6. Работа с системой
- 6.7. Типичные ошибки в организационном дизайне
- 6.8. Архитектура как непрерывная практика
- 6.9. Будущее организационного дизайна

Яна Пальчинова,
Екатеринбург



Глава 7. СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ КОМАНДОЙ: КАК ЗАКРЫВАТЬ ТОПОВЫЕ ПОЗИЦИИ И СТРОИТЬ ЭФФЕКТИВНЫЕ КОМАНДЫ

- 7.1. Кейс 1. Как создать портрет сотрудника
- 7.2. Ключевые характеристики бренда (КХБ)
- 7.3. Кейс 2. Профиль должности вместо интуиции
- 7.4. Система обучения как основа роста
- 7.5. Топ-3 совета для закрытия вакансий

Марина Капитанова,
Москва



Глава 8. СОВРЕМЕННЫЕ ИСТОЧНИКИ ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

- 8.1. Значение подбора персонала в HR-стратегии
- 8.2. Этапы подбора персонала
- 8.3. Внутренние источники подбора персонала
- 8.4. Внешние источники подбора персонала
- 8.5. Сравнительный анализ методов подбора персонала
- 8.6. Современные методы подбора персонала
- 8.7. Определение ключевых компетенций: с чего начинается эффективный подбор
- 8.8. От резюме до интервью
- 8.9. Методы интервьюирования: от структурного подхода до комплексной оценки
- 8.10. Распространенные ошибки при проведении интервью
- 8.11. Актуальные проблемы подбора персонала в ресторанном бизнесе
- 8.12. Решения и рекомендации для преодоления проблем подбора персонала

Гузаль Саттарова,
Москва



Глава 9. КАДРОВЫЙ РЕЗЕРВ НА ЛИНЕЙНЫХ ПОЗИЦИЯХ И АВТОМАТИЗАЦИЯ ЭТОГО ПРОЦЕССА

- 9.1. Вызовы и необходимость преобразований
- 9.2. Сложности текущего подхода и недоверие
- 9.3. Начало пути: принципы и первые шаги
- 9.4. Поиск технологического решения: от анализа к действию
- 9.5. Поиск готового решения: разочарование и озарение
- 9.6. Пилотный запуск: первые уроки
- 9.7. Этап MVP: рост и ключевые драйверы
- 9.8. Полномасштабный запуск: качество и углубление работы
- 9.9. От эксперимента к работающему процессу
- 9.10. Достижения: фундамент для будущего
- 9.11. Приоритеты развития: эффективность и интеграция

186 с. ЧАСТЬ III. КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА

Валерия Красавина,
Екатеринбург

188 с.



Глава 10. ПОКОЛЕНИЕ X, Y, Z В ОДНОЙ КОМАНДЕ: ПОДХОДЫ К МОТИВАЦИИ И ОБУЧЕНИЮ

- 10.1. Мотивация 3.0: персонализированный подход в действии
- 10.2. Обучение и развитие
- 10.3. Как же создать вовлекающую корпоративную культуру?

Ирина Тарасенко,
Омск

200 с.

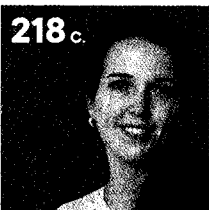


Глава 11. КАК РЕАНИМИРОВАТЬ КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ, ЧТОБЫ ОБЕСПЕЧИТЬ НАБОР И УДЕРЖАНИЕ СОТРУДНИКОВ

- 11.1. Как мы нашли свою культуру
- 11.2. Что мы рассказали в книге
- 11.3. Наши ценности: доверие и самоирония
- 11.4. Миссия и влияние: зачем мы всё это делаем
- 11.5. Как мы поддерживаем культуру: действия, а не слова

Елена Жилко,
Москва

218 с.



Глава 12. КАК ПРОДАВАТЬ HR-БРЕНД

- 12.1. Зачем нужен сильный HR-бренд?
- 12.2. Основные компоненты HR-бренда
- 12.3. Методы оценки HR-бренда: количественные и качественные подходы
- 12.4. Процесс разработки HR-бренда
- 12.5. Как продавать HR-бренд
- 12.6. Внутреннее продвижение HR-бренда на примере Lotte Hotel Moscow

Анастасия Колосова,
Москва

250 с.



Глава 13. ВНЕДРЕНИЕ HR-БРЕНДА КАК СПОСОБ УДЕРЖАНИЯ КОМАНДЫ

- 13.1. Что такое HR-бренд?
- 13.2. Значение HR-бренда для удержания команды
- 13.3. Этапы внедрения HR-бренда

262 с. ЗАКЛЮЧЕНИЕ