

## РЕСТОРАННЫЙ БИЗНЕС



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

**ИГОРЬ БЕЛЯВСКИЙ,**  
управляющий партнер  
Global Point Family

Родился 2 января 1977 года. Окончил географический факультет Санкт-Петербургского государственного университета по специальности «Экономическая география». Имеет степень MBA. С 1996 по 1997 год работал на радио «Максимум» PR-директором. В 1997–1998 годах — арт-директор ночного клуба Candyman. В 1998 году совместно с партнерами учреждает агентство по оказанию booking- и event-услуг Boomerang Promotion, на основе которого в 2001 году формируется промоутерская компания Dance Planet, где до 2007 года он занимает пост генерального директора. С 2003 года является одним из учредителей и возглавляет коммуникационное агентство Global Point, а в 2008 году запускает собственный ресторанный проект — бар-ресторан «Счастье». С 2008 года является управляющим партнером группы компаний Global Point Family (куда входят «Любимое место 22.13», Barbaresco, Funky Kitchen, ресторан-бары и кафе-кондитерские «Счастье» и другие).

**ЛЕОНИД ГАРБАР,**  
совладелец ресторанный группы Stroganoff Group

**ВАДИМ ЛАПИН,**  
совладелец Ginza Project

**ИГОРЬ МЕЛЬЦЕР,**  
генеральный директор Meltcer Fish House

**АРАМ МНАЦАКАНОВ,**  
глава ресторанный группы Probka Family

**МИХАИЛ ТЕВЕЛЕВ,**  
сооснователь ресторанный холдинга Food Retail Group

# СТРОГОЕ ПЛАТЬЕ КОРОЛЯ

РЕКРУТЕРЫ КОНСТАТИРУЮТ, ЧТО ТАКОЙ ЭЛЕМЕНТ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ, КАК ДРЕСС-КОД, ТОЛЬКО ПРИХОДИТ В РОССИЮ. ОБЫЧНО СТРОГИХ ПРАВИЛ ПРИДЕРЖИВАЮТСЯ ЮРИСТЫ, ПРЕДСТАВИТЕЛИ ГОССТРУКТУР И ФИНАНСОВЫХ КОМПАНИЙ. ОДНАКО ДЛЯ НЕКОТОРЫХ СФЕР ДРЕСС-КОДОМ ЯВЛЯЕТСЯ КАК РАЗ ОТСУТСТВИЕ ВСЯКИХ ПРАВИЛ. КРИСТИНА НАУМОВА

Относительно немногие компании требуют от сотрудников соблюдать жесткие правила. Специалисты рекрутинговой компании HeadHunter отмечают, что строго следят за дресс-кодом лишь 8% работодателей: они обязывают весь персонал носить исключительно форму или деловой костюм. Еще 44% желают видеть работников в офисной или деловой одежде, исключая повседневный и уличный стиль. Например,

в таких компаниях женщины могут позволить себе деловые юбки, блузки, платья, а мужчины — брюки и рубашки. В 48% компаний дресс-код ограничивает лишь неуместную и вульгарную одежду, например, шлепанцы, вызывающие мини для женщин или укороченные шорты для мужчин, рассказывают специалисты HeadHunter.

«Вводя дресс-код, большинство компаний думают в первую очередь о своем



ВАЛЕРИЙ ПЕРВИТИН

ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫЙ СТИЛЬ ОДЕЖДЫ СИЛЬНО ЗАВИСИТ ОТ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ. ЕСЛИ В ФИНАНСОВОЙ СФЕРЕ И ГОССТРУКТУРАХ НЕОБХОДИМ ДЕЛОВОЙ КОСТЮМ, ТО В УВЕСЕЛИТЕЛЬНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ ДРЕСС-КОД ПРИНИМАЕТ СО ВСЕМ ДРУГИЕ ФОРМЫ

## КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА