

A stylized illustration of a tree with many small leaves, rendered in a light green color, serves as a background for the text. The tree's branches spread across the upper and middle portions of the frame.

КАК БИЗНЕС ДЕЛАЕТ МИР ЛУЧШЕ

Эмилия Ахундова
литературное агентство

Эмиль Ахундов

Как бизнес делает мир лучше

«Издательские решения»

Ахундов Э.

Как бизнес делает мир лучше / Э. Ахундов — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-620502-4

Книга «Как бизнес делает мир лучше» — сборник реальных кейсов от представителей малого и среднего российского бизнеса. Компании делятся опытом участия в благотворительных программах, сохранении и улучшении экологии и общественно полезных инициативах. В книге затрагиваются юридические аспекты благотворительности, истоки возникновения социально ответственного поведения бизнеса и значение этого понятия.

ISBN 978-5-00-620502-4

© Ахундов Э.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Симакова Ирина	6
Как бизнес делает мир лучше	10
Аббасов Намиг	10
Беловежская Валерия	15
Боков Ахмад	19
Боровков Евгений	22
Валиева Рината	26
Конец ознакомительного фрагмента.	28

Как бизнес делает мир лучше

Авторы: Симакова Ирина, Аббасов Намиг, Беловежская Валерия, Боков Ахмад, Боровков Евгений, Валиева Рината, Васильева Марьяна, Гапеева Ольга, Даценко Сергей, Денеко Юлия, Денисова Диана, Дума Екатерина, Землянко Александр, Ившин Николай, Козлов Артем, Костина Дарина, Лебедева Елена, Мирзеханова Маргарита, Михалкина Анастасия, Окунева Карелия, Салыхова Виктория, Санников Виктор, Санникова Елена, Фаизов Тимур, Ахундов Эмиль

- © Ирина Симакова, 2024
- © Намиг Аббасов, 2024
- © Валерия Беловежская, 2024
- © Ахмад Боков, 2024
- © Евгений Боровков, 2024
- © Рината Валиева, 2024
- © Марьяна Васильева, 2024
- © Ольга Гапеева, 2024
- © Сергей Даценко, 2024
- © Юлия Денеко, 2024
- © Диана Денисова, 2024
- © Екатерина Дума, 2024
- © Александр Землянко, 2024
- © Николай Ившин, 2024
- © Артем Козлов, 2024
- © Дарина Костина, 2024
- © Елена Лебедева, 2024
- © Маргарита Мирзеханова, 2024
- © Анастасия Михалкина, 2024
- © Карелия Окунева, 2024
- © Виктория Салыхова, 2024
- © Виктор Санников, 2024
- © Елена Санникова, 2024
- © Тимур Фаизов, 2024
- © Эмиль Ахундов, 2024

ISBN 978-5-0062-0502-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Симакова Ирина



**Как бизнес делает мир лучше?
Опыт российского малого и среднего бизнеса.**

Краткое описание.

Книга «Как бизнес делает мир лучше» – сборник реальных кейсов от представителей малого и среднего российского бизнеса. Компании делятся опытом участия в благотворительных программах, сохранении и улучшении экологии и общественно полезных инициативах. В книге затрагиваются юридические аспекты благотворительности, истоки возникновения социально ответственного поведения бизнеса и значение этого понятия.

Об авторе: Меня зовут Симакова Ирина, являюсь специалистом с многолетним опытом в области PR, SMM и медиа-менеджмента.

За 15 лет работы собрала пул успешных проектов в государственном секторе, B2B и B2C компаниях различных отраслей (производство, строительный бизнес, информационные порталы, креативные индустрии, консалтинг итд) в 9 странах, включая Европу.

Была организатором нескольких благотворительных акций, и с университетской скамьи занималась волонтерством (донорство, помощь детям из малообеспеченных семей, экологические акции и т.д.).

В 2016 году работала медиа-менеджером в московских государственных структурах, посвященных общественным проектам, и позже специалистом по связям с общественностью по направлению экология.

Вела курс лекций по работе со СМИ и SMM-продвижению для нескольких десятков некоммерческих и благотворительных организаций на базе проекта «Московские медиа-лаборатории».

На данный момент развиваю выставочные проекты в области искусства: движение фотографов «Evolution» и работаю в креативном бюро «Studio IPM», специализирующемся на сотрудничестве бизнеса и людей творчества.

За моей спиной километры медиа-стратегий, вереница нетривиальных решений и бесконечность текстового полотна. Мои принципы работы – умею делать сложное понятным, невзрачное эстетичным.

О чем книга?

Книга «Как бизнес делает мир лучше» – это подборка реальных историй об общественно полезной деятельности малого и среднего бизнеса России. Среди них основатели успешных компаний в различных областях: интернет-проекты, креативные индустрии, бытосфера, благоустройство, компании дистрибьюторы и т. д. Предприниматели делятся своим опытом участия в благотворительности, сохранении экологии и реализации общественно значимых инициатив. В данном издании читатель узнает об истоках возникновения понятия социально ответственного бизнеса и его значения для общества, а также о правовых аспектах в области благотворительности. Книга затрагивает ряд вопросов: обязан ли бизнес помогать обществу? На кого направлена эта помощь? Какие существуют форматы реализации данной деятельности? Насколько этично использование благотворительности в целях PR?

Слово редактора

Миссии компаний уже давно не ограничиваются только прибылью и удовлетворением потребностей клиентов. Современный бизнес стремится к социальной ответственности и работе на благо общества.

Так что такое социально ответственный бизнес? Это, в первую очередь, распространенный концепт, в рамках которого участники бизнес-сообщества стремятся соблюдать нормы и правила (неважно, определены они законодательством или нет), охватывающие широкий спектр областей, включая этику, экологию, милосердие, человеколюбие и сострадание. Такие компании оказывают влияние на качество жизни отдельных социальных групп и общества в целом. Важно отметить, что желание предпринимателей улучшать мир вокруг себя не навязано извне и является добровольным. Социальная ответственность – понимание бизнес-сообществом своего влияния на социум и бескомпромиссное желание использовать его на благо всех нас.

Этот тренд укрепился на западе с конца прошлого века у крупных компаний и постепенно дошел до малого бизнеса. В свою очередь российский бизнес за 30 лет существования пережил ряд значительных трансформаций – возникновение, становление и развитие. За последние несколько лет мы наблюдаем существенные изменения ценностного подхода в предпринимательской деятельности. Ключевым показателем зрелости отечественного бизнеса сегодня стала его ориентация на социально ответственные проекты: забота об экологии, участие в благотворительных программах и поддержка общественных инициатив.

Современный мир преподносит бизнесу новые вызовы и возможности, подталкивая к преобразованиям. Согласно социологическим опросам во время пандемии коронавируса у общества значительно вырос запрос на волонтерскую деятельность и социально ответственное поведение. Сидя в локдаун дома, люди осознали потребность творить добро. В свою очередь, бизнес, который уловил этот тренд и присоединился к нему, получил дополнительное общественное доверие и увеличил свою аудиторию.

С начала 2022 года российский бизнес стал автономным. Здесь мы, с одной стороны, столкнулись с проблемой разобщения: и на уровне стран, и внутри конкретных обществ. С другой стороны, замолчали иностранные компании. Хотя именно они задавали тон социально-экологической повестки. Тем не менее благотворительность уже стала неотъемлемой частью бизнеса, и обратного пути нет. Многие компании создают собственные благотворительные фонды, оказывают финансовую поддержку медицинским, образовательным и социальным учреждениям. Такие проекты помогают улучшить жизнь многих людей, а также способствуют формированию позитивного имиджа компании.

Становление российского бизнеса и его ориентация на социально значимые проекты являются неотъемлемой частью развития отечественной экономики. За рубежом забота об экологии давно стала одним из основных принципов ведения бизнеса в силу ужесточения законодательства в этой сфере и общественного резонанса. Компании активно внедряют энергосберегающие технологии, сокращают выбросы вредных веществ, ищут альтернативные источники энергии. Кроме того, многие предприятия активно участвуют в программе по переработке отходов и улучшению экологической ситуации в регионах, где они осуществляют свою деятельность. В России подобные практики только начинают реализовываться в полной мере. В данной книге вы увидите бизнес-кейсы российских предпринимателей:

- про Архитектурное бюро «КБ МОРЕ», которое занимается бережным для природы благоустройством.
- пример внедрения малых экологических инициатив в рамках офисного пространства от образовательного проекта «Школа Своих Ошибок».
- кейс студии геймдизайна «altenia game» о том, как через онлайн-игру можно нетривиально популяризировать модель правильного поведения (сортировка мусора).
- история от основателя event-агентства о креативном способе привлечения молодежи к акции по сбору мусора.
- пример участия студии дизайна в проектах, посвященных проблемам загрязнения окружающей среды и социальной адаптации инвалидов.
- IT-компания, которая взяла под опеку животное в зоопарке.
- проект «Рецидив», направленный на пресечение и уменьшение уголовных преступлений в особо тяжких формах на базе детективного агентства.
- Адвокатское бюро «Гуцу, Жуковский и Партнеры», представители которого расскажут об опыте взаимодействия с благотворительными фондами и участии в международном благотворительном забеге, объединяющем представителей юридического сообщества в поддержку подопечных благотворительного фонда «Подари жизнь».
- Бизнес по продаже осветительных приборов «АНТАРЕС-СВЕТ» про свой опыт поддержки некоммерческой организации «Максора», которая имеет два социальных центра для женщин, попавших в сложную жизненную ситуацию.
- Производственное предприятие об организации мероприятия эко просветительской направленности, различные городские субботники, дни посадки леса, эко-уроки, эко-фестивали.

Часто благотворительными проектами занимаются те представители бизнеса, которые в своей жизни столкнулись с определенной проблемой. В данной книге основательница онлайн-школы шахмат «Яблоко Ньютона» поделится опытом создания инклюзивных программ для детей с СДВГ (синдромом дефицита внимания). На страницах издания «Как бизнес делает мир лучше» читателя ждет бизнес-кейс от представителя бьюти-индустрии о том, как на базе салонов красоты можно организовать благотворительный проект.

В последней главе данного издания рассмотрим законодательные аспекты благотворительной деятельности, включая допустимые цели благотворительности, особенности отчетности некоммерческих организаций и заключение договоров о их деятельности. Данная глава будет полезна тем, кто хочет погрузиться в юридические тонкости общественно значимых проектов.

Помогать миру можно по-разному: например, использовать экологически чистые технологии, поддерживать благотворительные проекты, создавать рабочие места для местных жителей, участвовать в программах социальной защиты, стремиться к устойчивому развитию, делать счастливыми своих сотрудников, да и просто творить добрые дела и создавать полезные продукты, финансировать выставки и концерты, поддерживать творческих людей, которые занимаются искусством.

Компании, которые делают мир лучше, становятся примером и вдохновляют других представителей бизнеса. Они доказывают на практике, что социальная ответственность и экономический успех могут идти рука об руку. Такой бизнес получает поддержку со стороны общества, клиентов и партнеров. Их продукты и услуги востребованы на рынке, а лояльность сотрудников гораздо выше, чем у конкурентов.

Как бизнес делает мир лучше

Аббасов Намиг



Доброго и бодрого всем. Меня зовут Намиг Аббасов. Я частный детектив, эксперт по безопасности и основатель детективного агентства «Алибаба». И у меня идеальная предпринимательская деятельность.

В своей работе я стремлюсь реализовать 3 основные концепции современного предпринимательства: заниматься любимым делом, получать от него доход, внести свой полезный вклад в общество. На этих трех стулья легко можно усидеть. Такая модель бизнеса всегда будет на шаг впереди своих конкурентов. Я расскажу, почему это так, и как я к этому пришел.

5 лет обучения по специализации «уголовное право», 10 лет работы в МВД и 8 лет работы в частном сыске дали мне хорошую базу знаний, навыков и опыта работы с людьми.

10 лет назад, в один свой обычный рабочий день сотрудника полиции я кое-что осознал. Я тогда выезжал на очередной активный розыск по пропаже ребенка с ориентировкой в руках. Я подумал о том, что родители наверняка потратили свое время на много лишних действий. Потраченное впустую время и силы можно было направить на более оперативный поиск. Я был уверен, что людям, попавшим в сложные жизненные ситуации и с которыми случаются непредвиденные беды, можно помогать эффективнее и быстрее. И тут я загорелся стать частным детективом.

В 2017 году я основал детективное агентство «Алибаба». Несколько лет я работал только в рамках частного сыска. Занимался поиском, сбором и проверкой информации для юридических и физических лиц. Я помогал людям там, где была бессильна полиция и адвокаты. Однако меня всегда привлекали только расследования, а именно уголовные дела и нестандарт-

ные гражданские дела. В особо сложных делах работал в тандеме с адвокатами и сотрудниками силовых ведомств, привлекал психологов и других специалистов для получения достоверных и объективных доказательств и экспертиз. Мои услуги частного сыска давали возможность органам внутренних дел ускорить свои оперативно-розыскные мероприятия, а адвокатам подтвердить свои алиби и построить уверенную линию защиты. В результате адвокаты успешно представляли интересы своего клиента в суде и выигрывали сложные затянувшиеся дела.

Как я осознал свою миссию и пришел к социально-ориентированному бизнесу?

Каждый год работы детективом удивлял меня уникальными жизненными историями. Ко мне обращались за помощью с проблемными детьми, пропажами родных, угрозами, шантажом и т. д. Я видел, что у людей есть большая «дыра» в познаниях о своей безопасности. Они явно совершали ошибочные действия, которые приводили к такому плачевному исходу. Всех этих событий можно было избежать или как минимум сократить риски на 98%. Проблема людей была в том, что они просто не придавали вопросу личной безопасности большого значения. У них были нарушены жизненные приоритеты.

Но одна история стала для меня толчком в осознании моей миссии. Я никогда не забуду лицо отца, который обратился ко мне за помощью в поисках сына. Его лицо было бледным и растерянным. Они с супругой больше двух недель безрезультатно искали своего сына-подростка. У них в руках осталась записка от него примерного содержания: «Меня не ищите. Я скоро буду мертв». Полиция и поисково-спасательная служба делали все, что могли, но все безуспешно.

То, на чем я решил построить стратегию компании, выходило за рамки детективной деятельности в России. Вопрос безопасности стал моей отправной точкой. И я решил, что хочу поменять отношение к безопасности и пропагандировать в массы новые приоритеты. Это и стало моей новой миссией – внедрить тренд на безопасное мышление, а моя предпринимательская деятельность в этом мне могла отлично помочь. В рамках своей работы я захотел направить часть своего времени и ресурсов на реализацию своих социально значимых идей. Мало просто заявить о том, что я хочу помогать людям. Предстояло разработать новое решение и выстроить для этого все необходимые рабочие задачи и действия для его реализации. Были поставлены блоки из двух задач на среднесрочную и долгосрочную перспективу:

1. Пропаганда безопасного мышления и поведения на широкую аудиторию.
2. Разработка и реализация масштабного проекта «Рецидив».

Первый блок задач направлен на создание необходимых действий с нашей стороны, при котором у людей сформируется безопасное мышление и поведение. Пропаганда четких рекомендаций и инструкций, с помощью которых люди могут успешно повысить уровень своей безопасности.

Мировые маркетологи весь фокус внимания людей направляют на развлечение, красоту, успех и т.д.. Сейчас новый тренд – саморазвитие. Все это нас совершенствует и развивает. Но где же тренд на безопасность?

В этом нескончаемом потоке новых знаний и стремлений люди не замечают, как каждый день нарушают базовые правила безопасности и подвергают себя риску. Одно маленькое упущение или нарушение правил в бытовом поведении может стать роковым. И наоборот, четкое

следование незначительному для общества пункту из инструкций может спасти жизнь человеку.

Вот наглядный пример. Ребенок выходит из дома с телефоном. Соблюдены 3 обязательных условия:

1. Телефон ребенка Полностью заряжен
2. В телефоне предусмотрены все необходимые настройки для его быстрого обнаружения.
3. телефон синхронизирован с телефоном родителя..

При таких исходных данных родители беспрепятственно могут отслеживать любые передвижения ребенка. Сотрудники полиции будут владеть всей информацией о последних передвижениях ребенка в случае его потери, в том числе и место его фактического нахождения.

А теперь риторический вопрос. как усложниться работа поисково-спасательной службы, если ребенок просто забыл телефон дома? Люди просто привыкли так жить поколениями. Для них норма, что ребенок забыл телефон дома или что можно просто не дозвониться до жены, позвонить своему ребенку и услышать «абонент недоступен», не зная, куда сегодня направился после секций твой ребенок-подросток. Тем временем городские СМИ продолжают публиковать новости о различных ЧП. Ведь жертвы жили успешной, счастливой, здоровой жизнью. У них была работа, семья, хобби, развлечения и много планов на жизнь. Но они нарушили правила безопасности, что перечеркнуло все их достижения и старания.

Что мы имеем на сегодняшний день? Остаточные знания по безопасному поведению со школьной программы и периодические напоминания в виде небольших памяток, инструкций и рекомендаций. Получается, инструкции написаны, все с ними знакомо, а беды продолжают происходить. Очевидно, что жизнь не стоит на месте, а значит инструкции надо доработать. В них не хватает ключевых условий для их соблюдения. Это должны быть не просто списки требований и рекомендаций. Инструкция должна на практике минимизировать риски несчастных случаев. И в случае возникновения ЧП помогать быстро устранить проблему. Вспоминаем вышеуказанный пример с заряженным телефоном перед выходом из дома.

Я всегда считал, что нужна базовая инструкция безопасного поведения и мышления. Сначала создаешь для себя безопасные условия, потом их соблюдаешь, и все держишь под контролем. Для этого необходимо установить новые безопасные привычки, и жить уже на 90% спокойнее.

И тут существует то самое ключевое условие. Поменять у людей отношение к базовым инструкциям по безопасному поведению. Важно не только знать правила безопасности, но и не нарушать их. Людям свойственно соблюдать правила неоднократным повторением. Один раз упомянуть или прочесть – эффект нулевой. Все забудется, или люди не придадут должного значения.

Такой подход поможет уже на бессознательном уровне сформировать у людей правильное безопасное поведение. Грубо говоря, немного перепрошить мозг людей на безопасное мышление и поведение.

Вот какое золотое правило я стремлюсь донести до общества: Никаких исключений и нарушений правил там, где вопрос личной безопасности. В этом и весь секрет и эффект высокого уровня безопасного мышления и поведения.

Но есть и такие факторы обеспечения безопасности населения, которые не зависят от самих людей. Важно создавать благоприятные защищенные условия жизни. Поэтому чтобы еще повысить уровень безопасности, я захотел разработать проект «Рецидив». Этот проект направлен на разработку соответствующих мероприятий, направленных на пресечение и уменьшение уголовных преступлений в особо тяжких формах, таких как изнасилование и убийство детей, а также на уменьшение количества рецидивов в части подобных преступлений. Это будет очень серьезный масштабный проект, который требует необходимых подготовительных работ таких, как исследования, сбор данных, консультации от экспертов.

Проект «Рецидив» только находится на стадии разработки. В настоящий момент для этого ведутся необходимые переговоры. Ищем соответствующую профессиональную консультационную и методическую поддержку от квалифицированных психологов-криминалистов для его разработки и внедрения.

Мы планируем выпустить серию статей и видео на эту тему и активно привлекать поддержку со стороны граждан и государства. Наша цель – получить большую вовлеченность от людей и государства. Получив хорошие отклики от наших подписчиков и читателей и поддержку от государства, мы сможем выйти на его масштабную реализацию.

Все мои вышеописанные проекты нуждаются в информационной поддержке и массовой агитации. Наша маркетинговая политика направлена на увеличение охвата для привлечения новой аудитории читателей. Для этого мы стали активно вести свой [канал](#) официальное [сообщество](#) по безопасности в контакте. В своих каналах я делюсь своим опытом и знаниями в виде рекомендаций, инструкций, советов и рассказываю о различных заблуждениях в сфере личной безопасности. Я захотел простым понятным языком и примерами из жизни людей донести пользу широкой аудитории и активно пропагандировать безопасное мышление и поведение.

Мы в своих статьях поднимаем вопросы личной безопасности, разбираем различные актуальные схемы мошенничества, правила самообороны, как правильно обращаться в полицию, как защититься от шантажа, угроз и мошенничества, и stalkingа, агитируем главные правила по безопасности в сети и многое другое.

Десятки тысяч людей в сети уже успели изучить наши статьи и посты и сделать соответствующие выводы о своей безопасности. Теперь они осведомлены о правилах безопасности в сети и в жизни и начали задумываться над тем, чему раньше даже не придавали значение. С каждым днем наша аудитория медленно, но верно, растет, а значит и число осведомленных людей тоже увеличивается. Мы уверенными шагами, идем к реализации наших идей. Таким образом, пропаганда безопасного мышления и поведения в социальных сетях и различных каналах помогает нам поддерживать дополнительную безопасность населения.

Мы также не лишаем себя возможности помогать людям в реальной жизни. Были оказаны тысячи бесплатных консультаций, в ходе которых мы помогаем людям увидеть неочевидный выход и подсказать готовые решения, объяснить, как безболезненно можно исправить их ситуацию. Люди по нашим рекомендациям смогли самостоятельно и быстро решить свои проблемы и наладить свою жизнь. Есть люди, которые попали в нестандартные жизненные ситуации такие, как шантаж, насилие, угроза, мошенничество но не могут позволить себе наши услуги. Для таких категорий граждан у нас предусмотрена бесплатная помощь и сопровождение.

За более чем 6 лет работы детективом мне удалось пообщаться с сотнями людей, кто был в отчаянии и не видел выход. Мы помогли маме, которая более года не могла вернуть своего похищенного родным отцом ребенка. Воссоединили потерянных родственников. Оказывали помощь жертвам шантажа и насилия, возвращали трудных детей домой и не просто их находили, а проводили необходимую психологическую работу с подростком, поменяв систему его ценностей. Как итог, ребенок полностью наладил контакт с родителями и больше не сбегал.

Я получаю многочисленные отзывы, благодарственные письма и приятные презенты, от благодарных мне людей. Все это придает мне еще больше сил и желание заниматься моим любимым делом. Мне нравится видеть благодарные счастливые лица людей и чувствовать себя полезным. Это делает мое существование более значимым и весомым. Тут, как-никак, лучше подходит цитата Генри Форда: «Основной целью бизнеса должно быть служение, а вспомогательной – получение прибыли».

Строить бизнес просто ради получения дохода не в моих интересах. Поэтому и мне не пришлось выбирать между получением прибыли и пользой для людей. Реализация своих проектов помогает мне выстроить свое позиционирование в обществе и самореализоваться.

Я не просто детектив. У меня есть своя миссия, и она направлена на благо обществу. А это значит я на правильном пути. Своим примером хочу доказать, что детективный бизнес может быть не только прибыльным, но и социально ориентированным. Я ожидаю некую «цепную реакцию». Когда детективы смогут совместно пересматривать стратегии развития новой модели безопасности для решения социальных проблем. Это выведет уровень защищенности населения на совершенно новую ступень. И тут мы сможем прийти к масштабированию нашей новой концепции безопасности населения.

Таким образом, бизнес может быть и социальным, и коммерческим одновременно. Смело могу сказать, что социально ориентированный бизнес дает много преимуществ и всегда будет иметь более внушительные результаты в своей работе. В результате такой деятельности компания становится привлекательнее для общества. Таким компаниям доверяют. Успех таких компаний в масштабном социальном эффекте. Такой формат ведения бизнеса неизбежно меняет мир в лучшую сторону.

Беловежская Валерия



Валерия Беловежская- – совладелица и руководитель отдела развития детской шахматной [онлайн-школы](#) «Яблоко Ньютона».

С детства мечтала стать писателем, но поступила на стройфак. Закончила его с красным дипломом ПГС, поступила в аспирантуру и параллельно работала по специальности. Пять лет проектировала металлоконструкции, доросла до начальника ПТО и ушла в никуда, на фриланс, писать.

Написала и издала две книги по строительству. Поняла, что в онлайнe невозможно выжить, если не ты не умеешь продавать себя. Пошла учиться копирайтингу, продажам, маркетингу, тут же оттачивая полученные знания на практике. Получалось прекрасно. Продавала товары, услуги, инфопродукты своих клиентов, работала с TV-звездами. Была спикером на конференции, вела мастер-классы. Попутно самиздатом вышла третья книга, по продажам.

Года через четыре поняла, что могу продать что угодно, случилась переоценка смыслов. После этого стала руководствоваться правилом: продавать только то, во что верю. Начала развивать собственные проекты, разной степени успешности, стала предпринимателем.

В мае 2023 года я отмечала 13 лет с того момента, как я стала работать в интернете. Ни капли не жалею.

Сейчас мне принципиально развивать уникальные и полезные обществу проекты. Заурядные и проекты «только для денег» меня уже не зажигают.

Мы с моим бизнес-партнёром, Антониной Тер-Степонянц, открыли школу шахмат для очень активных детей, в т.ч. с СДВГ, перед началом пандемии, в феврале 2020 года. Назвали нашу [онлайн-школу](#) «Яблоко Ньютона».

Помогаем родителям.

Такая необычная для шахматной школы специализация была выбрана неслучайно: я сама мама ребёнка с СДВГ (синдром дефицита внимания и гиперактивности) и регулярно выслушиваю замечания от окружающих о том, что с моей дочерью «что-то не так» и что это, наверное, оттого что я её плохо воспитываю. Нам, родителям гиперактивных детей, реально непросто, и мне хотелось поддержать таких людей, создав школу, где тебя не будут стыдить за поведение твоего ребенка, где тебе не придется краснеть за него и объяснять посторонним и несведущим что такое СДВГ.

Я верю, что СДВГ – это новая норма, ускоряется жизнь – ускоряются дети, и вообще единственная норма – это разнообразие. Антонина тоже в это верит и великолепно справляется с обучением непосед, не считая их какими-то не такими, и параллельно готовит тренеров, разделяющих это убеждение. Правило нашей школы: с людьми всё нормально, и с детьми, и с их родителями.

Это правило откликается семьям учеников, у людей снижается тревожность, что однозначно улучшает их самочувствие и жизнь в целом.

Помимо абстрактной миссии у нас есть собственная уникальная шахматная платформа «NA-chess» (Newton's Apple chess), которую мы создали, чтобы так же помочь родителям.

Дело в том, что эффективное обучение шахматам невозможно без решения задач, а организовать ребенка дома, чтобы он решал и решал регулярно, родителям зачастую очень трудно. Мы упростили этот процесс, год назад создав [NA-chess](#) и сделав ее бесплатной для учеников школы.

Помогаем детям.

Обучение шахматам очень активных детей долго было специализацией нашей школы. Позже мы ее сменили. Сейчас мы школа шахмат, развивающая навыки будущего.

Мы действительно учим играть ребят с СДВГ. Но сегодня половина наших учеников негиперактивные дети. Их родители выбрали нас «за подход».

Мы работаем под задачи родителей. Чаще их интересует развитие качеств и навыков, которые нужны для успешного будущего ребёнка:

- образование понимания, а не запоминания;
- воспитание способности к постоянным переменам;
- умение мыслить критически и аналитически;
- обучение способности учиться и противостоять стрессу;
- любознательность, умение находить и поддерживать интерес в выбранном направлении;
- формирование способности жить в цифровом мире и сохранять человечность.

Мне кажется, что чем больше будет людей, обладающих этими качествами, тем лучше будет им самим и миру.

Помогаем социальным проектам.

В нашей школе первое занятие бесплатно, как у многих, но это занятие настолько полноценное, что некоторые родители после пробного хотели нам за него заплатить, говорили, что им хочется нас отблагодарить, что им неудобно. В такие моменты неудобно становилось нам, мы вроде как нарушаем обещание «бесплатности». И мы нашли выход: даем таким родителям ссылку на проект «Такие дела», на их страничку «Помогаем», там можно выбрать понравившийся фонд и перечислить ему любую сумму.

Ещё наша школа поддерживает [онлайн-журнал о чаях](#), травяных и китайских.

Это моё увлечение, и мне хочется чтобы больше людей узнали, что чай это нечто большее, чем подозрительная пыль в пакетиках со шнурком. Что чай может быть по-настоящему и вкусным, и полезным.

Я привлекала на сайт авторов, писала тексты, делилась собственным опытом, брала интервью у людей, которые благодаря различным травам смогли улучшить своё здоровье.

Сейчас на сайте около четырех сотен статей. И его содержание на балансе нашей школы шахмат, мы хотим, чтобы этот полезный людям проект жил.

Помогаем животным.

У нашей школы шахмат есть лошадь. Настоящая лошадь по имени Веста.

Я занималась верховой ездой в конно-спортивном клубе, когда Рина, хозяйка этого КСК, привезла туда взрослую кобылу в очень печальном состоянии. Рина узнала, что на одной ферме буквально умирает от голода животное, оно настолько ослабло, что уже не могло даже стоять.

Кобылу, в т.ч. и силами волонтеров, выкупили, вылечили, откормили. Встал вопрос, что с ней делать дальше, потому что клуб спортивный, заточен на тех, кто хочет достижений в конном спорте, и лошади там содержатся спортивные. Веста же рабочая лошадка, на ней пасли коров, она физически не может прыгать через барьеры, она не для конкур. При этом кушает Веста примерно столько же, сколько ее «прыгучие» собратья. И частному клубу довольно накладно содержать «просто» лошадь.

Нужно было ее продавать, но Рине было важно, чтобы кобылка попала в хорошие руки, а не снова к каким-то живодёрам. И она предложила купить Весту мне, потому что конкур меня не интересовал, а животных я люблю.

И вот уже полтора года у меня и нашей школы хобби-лошадка. Для иппотерапии, общения и любви. На ней езжу я, моя дочь и люди, поддерживающие наши проекты, единомышленники.

Помогаем обществу.

С 2018 года я в качестве спикера стала принимать участие в «Большом шоу историй» (БШИ) в Ростове-на-Дону, Антонина – ещё раньше.

БШИ <https://vk.com/bigstoryshow> – это десять человек, непрофессиональных спикеров, которые в течение вечера рассказывают свои собственные истории, объединенные какой-то общей темой. Истории эти правдивые, с их помощью люди хотят поделиться со слушателями чем-то важным. Мероприятия всегда получаются очень ламповыми, живыми, трогательными.

Шоу историй организовывала (где-то раз в полтора месяца) Юлия, автор идеи БШИ, но в 2022 году она уехала из страны. Проект был заморожен.

В какой-то момент мы поняли, что нам очень не хватает БШИ, тепла и человечности этого мероприятия. И вызвались стать его организаторами. Теперь БШИ в Ростове организуют и ведут три человека вместо одного.

И, надо сказать, что это совсем непростая задача: организовать десять рассказчиков, помочь им с подготовкой, договориться с площадкой, привлечь слушателей...

Это занимает немало наших сил и времени, совершенно не окупается финансово, но результат того стоит: мы чувствуем, что людям это нужно, что что-то меняется после БШИ, что люди начинают светиться изнутри... И несут этот свет дальше. Как бы пафосно это ни звучало.

Помогаем людям.

Сейчас «Яблоку Ньютона» больше 3.5 лет, и мы одни из самых известных игроков на этом рынке. Известны мы потому, что о нас часто пишут медиа самой разной величины. Это неслучайно: мы намеренно уделяем время работе со СМИ и журналистами.

Некоторые шахматные тренеры нас даже обвиняли в том, что мы проплачиваем публикации о себе. Нет. Платят обычно за рекламные публикации, а мы не видим в них никакого смысла.

Секрет в том, что мы стремимся поделиться с людьми чем-то полезным: своими кейсами, открытиями, ошибками. Причем как в бизнесе, так и в личном. Антонина делится своим опытом шахматиста, психолога и преподавателя с 20-летним стажем. Я же нередко рассказываю не только о закулисах шахматной школы, но и о том как воспитываю свою СДВГ-дочь, и о факапах тоже, да, думаю, что это может помочь кому-то из родителей, а смело говорят о своих неудачах и провалах единицы.

Верим, что многим людям ценен наш практический опыт, что мы и таким способом делаем мир чуточку лучше.

Боков Ахмад



Дорогой читатель, на страницах этой главы я бы хотел рассказать о моем опыте и порассуждать о том, должен ли бизнес заботиться о счастье своих сотрудников? Почему это важно? Что это дает каждой из сторон: компании и сотрудникам? И почему за этим будущее? Ответы на эти и другие вопросы я подробно разберу.

Немного обо мне.

Меня зовут Боков Ахмад, я основательно компании «Искусство Автоматизации». По призванию и образованию я – инженер, исследователь, который всегда задается вопросом, как применить ту или иную технологию на пользу людям. Я закончил Московский Авиационный Институт по специальности «Управляющие пилотажно-навигационные комплексы летательных аппаратов». По специальности проработал не долго, меня затянуло в разработку софта.

Позднее основал компанию совместно с партнером, которая уже 5 лет помогает бизнесу выстраивать цифровые коммуникации в социальных сетях и мессенджерах, а также автоматизировать рабочие процессы в компаниях.

Вернемся к счастью. Когда мы говорим о таком абстрактном понятии, сразу появляется противоречие. Ведь бизнес про цифры, показатели и результаты, где тут место счастью? Также вспоминается фундаментальная фраза «основная цель бизнеса это заработок денег». Вроде и не поспоришь.

Я не сразу стал предпринимателем, поработал некоторое время в найме. И мне такая дилемма не давала покоя. Неужели до счастья сотрудников нет дела, ведь мы делаем общее дело. Речь не идет про то, чтобы превращать работу в фарс и место для развлечений. Это тон-

кая грань, которую, как мне кажется в нашем коллективе удастся выдерживать. Делать результат, но при этом не загоняться / не выгорать, а балансировать между общими интересами компании и интересами каждого сотрудника. Как такого добиться и что это дает бизнесу об этом и поговорим.

По моему мнению экологичные отношения в коллективе стоят на следующих принципах:

- создание благоприятной рабочей среды;
- участие в принятии решений и уважение;
- развитие карьеры и возможности роста;

В понятие благоприятной рабочей среды я вкладываю довольно понятные концепции. Одна из них, что на работу мои коллеги приходят не выгорать, а раскрывать свой потенциал и получать удовлетворение от его раскрытия. Причем это проговаривается прямо на собеседовании. «У нас не выгорают». Считаю, что ничего благородного нет в том, чтобы класть свои нервы и силы на алтарь работодателя. Если переработки и есть в компаниях, по мне, это неправильно настроенные процессы, и «затыкать» дыры в системе за счет ментального здоровья сотрудников это верх неэкологичности.

Моя задача, как руководителя, в том числе настроить рабочий процесс так, чтобы в 18—00 чаты замолкали и сотрудники отправлялись заниматься своими делами. Для меня это почему-то важно, это что-то про игру в долгую, а не про «винтики в механизме». Следующая концепция, которую применяю: неважно где находится сотрудник, хоть на Луне, если от него приходят результаты, с которыми можно дальше двигаться, локация не имеет значения. Мотивация должна строиться от другого. Сотруднику самому должно быть интересно то, чем он занимается. А если род деятельности не подходит, никакие ухищрения в виде «слежки» за сотрудником не помогут.

Частая ошибка с которой и лично я сталкивался работая в компаниях, это когда результат работы отдельного сотрудника не соотнесен со вкладом в общее дело. А это важно для построение экологичного бизнеса, в котором сотрудники явно видят и понимают, как их действия или бездействия влияют на общее дело команды.

Откуда берется та самая ответственность, самоходность сотрудника о которой мечтает, пожалуй, каждый руководитель. Из понимания, что мы не только делегируем задачи команде, но и наделяем команду необходимыми ресурсами и возможностью принимать самостоятельные решения. А то как бывает, вроде и поставили задачу, а волю за принятием окончательного решения руководитель оставляет за собой. Я тоже попадал и не раз в такую ловушку, но потом не надо удивляться, почему команда не достигает результатов. В этом случае руководитель оставил за собой управление и «обескровил» команду.

За какими бизнесами будущее? Я считаю, что за бизнесами, в которых особое место уделяется сотрудникам и их развитию. И это не про избитые лозунги, что кадры наш основной актив. Это про реальные дела, про то, какое развитие может получить новый член команды. И это экологично, специалист делает свой вклад в общее дело и хочет получить что-то обратно. Не получая ничего взамен, конечно получаем разочарование и выгоревшего сотрудника.

Важным принципом для нашей команды является то, что каждый сотрудник имеет право на ошибку, это открыто проговаривается и транслируется. Это снимает лишний напряг,

и открывает сотрудника с новой стороны. Да, ты можешь ошибиться, за это ничего не будет, мы проанализируем и сделаем выводы, а их закрепим в нашей базе знаний.

Во многих бизнесах, по моим наблюдениям упускается психологическая сторона процесса, есть показатели, результаты к которым нужно бежать и достигать. Но какой ценой? Ценой уставших и измученных людей? Зачем такой бизнес, который питается силами сотрудников. Для себя я принял решение, что такой подход не подходит. По пятилетнему опыту на сегодняшний момент есть три принципа, которыми мы руководствуемся при найме сотрудников, чтобы понять, что их «культурный код» совпадает с кодом нашей компании.

Первое. Ребята, которые с нами работают, по своей сути организованные и самостоятельные люди. Да, пока у них нет знаний. Мы набираем ребят, которые готовы, которые понимают важность систематизации.

Второй принцип. Мы строим вокруг своего бренда атмосферу экологических отношений. Что это значит? Да, этот термин сейчас уже стал мейнстримом, но все же. Мы в это понятие вкладываем смысл, что ребята, которые приходят к нам в компанию, они приходят не просто, чтобы отсидеть 8—9 часов, но действительно чтобы сделать что-то полезное. И самое важное, чтобы принести пользу людям. Ничто так не зажигает в коллегам, в людях, как возможность приносить пользу. Это в нас запрограммировано на самом глубинном уровне.

Третий принцип, которому мы следуем и с коллегами и с клиентами – это то, что обещанное нужно сделать. Это простое понимание о честности своих намерений, действий, о том, что на нас можно положиться. У нас в команде каждый из ребят уверен, что если один пообещал, то он обязательно сделает. Если есть вопросы, ребята их обязательно задают и получают развернутые ответы. В итоге вместе мы приходим в ту точку, которую наметили.

То же самое касается и клиентов. Если клиент к нам обратился со своей проблемой и задачей, он точно должен быть уверен, что она будет решена без каких-либо промедлений. Из всего вышесказанного следует, что компания может начинать без миссии, может ее получить и найти по ходу действия. можно начать без великого замысла сразу улучшить мир. Это то, что неизбежно будет атрибутом бизнеса при его масштабировании. На размеры компании в 3-5-10 человек миссия может не звучать. Но когда у вас будет работать 100-500-1000 человек, без миссии и общих смыслов, объединяющих всех этих людей, обойтись никак нельзя.

Желаю все, кто намеревается открыть бизнес, как можно раньше найти свою миссию, понять свое предназначение. и в первую очередь это предназначение нужно искать внутри себя. Никто вовне не знает, на что вы способны, к чему душа лежит. во многом компании, их видение, их маршруты и стратегии зависят от мыслей основателей, от того, как они видят жизнь. от их стратегии. В таком случае получается синхронизированный устойчивый бизнес.

Успехов вам во всех ваших начинаниях!

Боровков Евгений



Меня зовут Боровков Евгений, и я предприниматель. Коротко обо мне: Основной мой бизнес – это IT-компания «Искусство Автоматизации automatisation.art». Компания основана в 2018 году и успела повидать и взлеты, и падения. Внутри одного бренда «Искусство Автоматизации» на сегодняшний день существуют несколько подразделений:

- Разработка программного обеспечения под ключ непосредственно под брендом “[Искусство Автоматизации](#)»;
- Разработка [чат-ботов](#) на заказ;
- Продуктовое направление, которое включает в себя:
 - [Structura. app](#) – первый российский конструктор прототипов сайтов.
 - Ряд телеграм-ботов, которые развиваются как самостоятельные продукты под эгидой Botcreators: @trigger_new_bot, @monitoring_for_bots_bot и другие.

Тема «Как бизнес делает мир лучше» меня интересовала давно, и я искал возможность с кем-то ее обсудить. Пусть эта книга станет некой моей публичной рефлексией на эту тему.

На мой взгляд, вопрос очень неоднозначный и не может трактоваться одинаково в разных контекстах. Можно ли говорить, что бизнес делает мир лучше, если спасает зайчиков на лужайке, но если он потом выливает на эту самую лужайку какие-нибудь отходы производства нефти? Но когда вы заправляете свой автомобиль и радуетесь качественному бензину, то вряд ли вы вспоминаете про этих самых зайчиков, верно же?

Этот, как и другие вопросы подобного характера, очень зависят от угла зрения и выгодоприобретателя. Настоящий окружающий нас мир настолько сложный, что бывает очень непросто найти для себя точки опоры, которые будут нас поддерживать в сложные времена или в спорных острых ситуациях. Говоря конкретно про бизнес, я бы очень хотел, чтобы все пред-

приниматели и директора, и все самые «главные» ребята вели бы себя максимально экологично и по отношению к зайчикам на лужайке прямо сейчас, и по отношению к тем зайчикам, которые появятся на этой лужайке через 10 лет. Но такое происходит не всегда, поэтому мы с вами тут и собрались.

Адам Смит, которого можно считать одним из основоположников капитализма и/или рыночной экономики, считал, что если каждый человек будет преследовать свое собственное эгоистичное стремление к собственному благу, то некая «невидимая рука» будет его вести к оптимальному результату для всех. Иными словами делай во имя собственных интересов, и все в итоге будут в выигрыше, а не только ты.

Нэш с его «равновесием» потом развеял эту теорию, доказав, что самостоятельные стратегии продавцов не позволяют получить лучший результат. Если не смотрели фильм «Игры Разума» про этого человека, то однозначно рекомендую. Больше всего мне нравится момент, где он доказывает свою теорию на примере знакомства парней с девушками. На основе его идей сейчас даже строят бизнес-модели и переосмысливают прочие концепции, которые казались фундаментальными.

Но по итогу, мы сейчас живем в мире, который растет именно из идей Смита, а не Нэша. Хорошо это или плохо, я судить не берусь, но имеем, что имеем. Текущие условия рыночной экономики буквально говорят предпринимателям: «Или беги быстрее, делай лучше и больше, или умри в отстойнике». Можно ли в таких условиях создавать лучший мир? Как оказалось, местами очень даже можно. С этими принципами были созданы все лучшие продукты, которые прекрасно известны: айфоны, теслы и т. д. Однако этот подход имеет и негативную сторону в виде растущего неравенства и наличия слабых и дотационных людей, отраслей, областей, стран.

Но, кроме того, чтобы сокрушаться и ругать капитализм, давайте взглянем под другим углом на тот же самый тезис про бизнес, делающий мир лучше. В начале я сказал, что многое зависит от угла зрения, поэтому давайте развивать способность менять углы зрения и видеть ситуацию многогранной.

Одним из феноменов человеческого мозга я считаю саму способность к предпринимательству. Условно говоря, если люди много много лет жили в деревянных домах и пахали свой огород, то что заставило первых философов или ученых задуматься о мироздании, астрономии или о чем бы то ни было? Я думаю именно предпринимательские качества.

Люди, которые изобрели пенициллин, телескоп, или в конце концов большую лодку с парусами – все они были предпринимателями. Но не в том смысле, чтобы извлекать прибыль из каждого своего действия или пытаться заработать на каких-то вещах, а по духу. Бизнесмен в нашем текущем понимании это и есть предприниматель, хотя эти понятия, наверно, было бы правильно разделить. Не уходя далеко в словоблудство, я бы сказал так: предприниматель создает много чего и не сидит на месте, но не обязательно эти действия будут приводить к результату в денежном выражении.

Раньше эти люди были учеными, потом купцами, потом стали бизнесменами. Раньше они сидели у себя на участке у фонтана и думали о мироздании, а сейчас они строят компании и контролируют денежные потоки. Это все предприниматели.

В этом абстрактном рассуждении с абстрактными предпринимателями можно говорить о том, что они делают мир лучше просто потому, что их помыслы всегда направлены на лучшее и даже если у них получается кому-то случайно навредить или перейти чьи-то чужие интересы, то всегда с большим стремлением к чему-то хорошему, светлому, доброму.

Эти предприниматели сейчас нанимают на работу людей, делая их семьи счастливее и сотворяя атмосферу комфорта и развития. Они создают условия для роста человеческого капитала, благополучия семей, роста уровня жизни.

Конечный продукт этих компаний и людей создает еще больше ценностей, но уже для других. Тут с одной стороны есть добавочная стоимость, которая идет на зарплаты этих самых сотрудников, а с другой стороны, если продукт востребован, то его импакт делает другим еще больше добра.

В наше время очень мало публичных живых примеров людей, которые годятся в герои, к сожалению. Еще меньше из их числа предпринимателей. Но, общаясь с ними, я понимаю, что это большое упущение. Я думаю, что мы в скором времени увидим большое количество предпринимателей в числе первых людей во всех отраслях. Таких предпринимателей, которые не говорят всегда только про деньги и не задвигают на задний план остальные профессии и людей.

Если пробовать говорить про влияние на жизнь людей конкретно моих компаний, то давайте попробуем на это тоже посмотреть с нескольких сторон. Во-первых, я занимаюсь сейчас только IT-бизнесом. Это значит, что создаваемую мной ценность как правило нельзя потрогать, от чего становится местами сложнее объяснить неподготовленному человеку, чем я занимаюсь.

Во-вторых, я работаю в B2B и очень мало соприкасаюсь с совсем конечной ценностью для конечного потребителя. То есть я создаю ценность для своих клиентов, а уже они создают свою ценность для своих клиентов. Моя задача по сути сделать их работу проще\удобнее\комфортнее\быстрее и т. д.

Часто эту ценность померить крайне сложно. Даже не всегда получается понять где именно она создается. Потому что мой клиент может также оказывать B2B услуги, по итогу рождая ценность для людей только через N шагов. Это называется цепочка создания добавленной стоимости или ценности. Без таких цепочек не было бы ни смартфонов, ни автомобилей, потому что сложные произведения создаются через большое количество этапов.

Давайте попробуем спуститься еще пониже и поговорить еще проще. Мой бизнес создает рабочие места внутри самого себя: это безусловно делает мир лучше. Сотрудники счастливы, их семьи счастливы, атмосфера комфортная, в отпуска все ходят, не перерабатывают – красота. Все ли компании такие? Конечно, нет. Это мое преимущество? Скорее, да.

Далее про продукт. Мои услуги покупают? Покупают. Компании заказывают у нас разработку чат-ботов, сайтов, мобильных приложений и прочего разного софта. Значит что мы востребованы и конкурентоспособны. Улучшая и ускоряя работу через внедрение наших продуктов, наши клиенты могут делать лучше и круче и больше для своих клиентов. Для примера тут можно взять условную «Додо-пиццу», которую все знают. В основе их бизнеса лежит IT-

платформа (нет, не мы ее разрабатывали, но хотелось бы). Крутая пицца, отлаженный бизнес процесс, накормленные довольные клиенты – красота!

Могло ли это произойти без IT-платформы? Могло. Было бы это так массово, эффективно и дешево? Сомневаюсь. Есть ли наше участие в каждом куске пиццы, которую продает пиццерия? Нет. Помогли ли мы людям в итоге утолить голод? Да.

В этом месте, конечно, есть еще открытый вопрос про то, сделали ли мы счастливее тех людей, с которыми работали в этих компаниях? У нас же не роботы заказали услуги, а люди все-таки. Но этот вопрос лежит уже больше не на нас, а на том работодателе, который нанял этих сотрудников. Могу только сказать, что мы не сделали их жизнь хуже или тяжелее.

Еще есть философский вопрос про необходимость наличия таких компаний, как моя, и принесет ли в итоге пользу человечеству вся эта суматоха вокруг IT. Но об этом как-нибудь в другой раз, а то мы и не знаем, когда будет этот самый итог, и не берем на себя смелость рассуждать за все человечество.

Валиева Рината



Директор по развитию бренда, [Адвокатское бюро «Гуцу, Жуковский и Партнеры»](#) Я занимаюсь построением бренд-истории и её составляющих в компании, разработкой маркетинговых стратегий и PR-сопровождением в юридическом секторе, а также общими процессами бизнес-развития.

Концепция книги основана на измерении категории смысла добра в миссиях различных компаний.

В моём представлении добро в общей концепции мироздания необъятно, а его измерения неизмеримы. И как положено по всем канонам оно должно возникать по воле кого-то и равно также сопровождаться на своём пути этой возникшею волей. В реальности же мы сталкиваемся с совершенно другим подходом к его пониманию и применению.

На самом деле не бизнес и не компании диктуют свои правила миру, куда в частности и входит категория добра, а добро, которое трансформировалось с течением времени и трансформируется, потому что это непрерывный процесс жизнеустойчивости и бизнес-гибкости, теперь устанавливает компаниям свои, всегда актуальные и всегда поддающиеся огранке во времени, стандарты для входа в определенный бизнес-сектор и стандарты для существования на определенном уровне в этом бизнес-секторе.

Иными словами, на языке Франца Кафки можно сказать, что добро из «Незримого некто» превратилось на сегодняшний день в фигуру «Великого некто», диктующего свои правила жизни и меняющего маски на сцене этой жизни с течением закрытия каждого акта.

Все сравнения художественны, но не просты, равно как и Брендинг в любой компании является авторским произведением со своей особой историей.

Адвокатское бюро «Гуцу, Жуковский и Партнеры» – это существующий с 2002 года и ориентированный на бизнес бутик юридических услуг в следующих направлениях: судебные споры и банкротство, антимонопольное регулирование, недвижимость и строительство, налоговое право, корпоративное право / M&A, ТМТ / интеллектуальная собственность, экологическое право, санкционное право и комплаенс. Бренд нашей компании держится на четырёх основных постулатах. Прежде всего, это индивидуальный подход к потребностям Доверителя с отказом от применения типовых решений и схем для разрешения правовой проблемы. Во-вторых, наше любимое занятие – это поиск самого манерного и элегантного завершения дела для Клиента, поэтому творческое мышление является одним из важных ориентиров в деятельности Бюро. Также никто не отменяет ответственного отношения к каждому делу со стороны Команды, которая в достижении поставленных целей обязана проявлять всю свою энергичность, что и является в совокупности последними опорными точками в нашей работе.

Конечно, у юридического мира, как и у любой другой бизнес-истории, тоже существуют свои правила и определённые стандарты для развития в среде брендинга, маркетинга и пиар-обеспечения. Однако «Великий некто» не управляет целиком и полностью движениями, действиями, мыслями, желаниями и волей фигур-компаний, выступающих на сцене в великой постановке под названием «Бренды и Адвокатская деятельность». Компании свободны в выборе о том, в каком направлении двигаться бренду и каков вектор его развития среди обозначенных добром вариантов, чем Адвокатское бюро «Гуцу, Жуковский и Партнеры» как бизнес и делает мир лучше.

С одной стороны, мир для нас представлен в лице молодого поколения, то есть подрастающих юристов, и мы видим особый смысл в важности партнёрств с образовательными организациями. Для Бюро поддержка студенческих инициатив – это не только имиджевая история, связанная с укреплением бренда компании и развитием личного бренда каждого из Партнёров в ней, в основе своей это глубинное погружение в тему про продолжение становления юридического образования в целом в российской образовательной среде. Поэтому мы встали на тропу закрепления в Бюро двух ветвей направления в этой области.

Первая связана с взаимодействием с университетами Санкт-Петербурга в отношении проектов по укреплению юридического образования. Как, например, в ноябре 2022 года Адвокатское бюро «Гуцу, Жуковский и Партнеры» стало спонсором-партнёром SPbU: Moот, организованного Санкт-Петербургским государственным университетом. Мероприятие было представлено в виде студенческого форума, соединившего в себе круглые столы и игровые судебные процессы, кейсы для которых были разработаны экспертами вуза и партнёрами компаний на основании реальной судебной практики. Или же другой пример. Уже третий год подряд мы по сложившейся и доброй традиции присоединяемся в качестве партнёров к Всероссийскому кейс-турниру «Кафедра», организованному Санкт-Петербургским государственным экономическим университетом, чтобы выявить яркие таланты и поделиться с ними своим профессиональным опытом, выступая судьями конкурса. Кроме того, в этом году наша компания взяла на себя спонсорскую поддержку команды студентов Санкт-Петербургского филиала Национального исследовательского университета «Высшая Школа Экономики», чтобы они приняли участие в ежегодном международном конкурсе, посвященном коммерческому арбитражу им. Виллема К. Виса.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.