

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ПЛЮТА ОЛЕКСАНДР ОЛЕГОВИЧ

Допускається до захисту:

В.о. завідувача кафедри
інформаційних систем
управління

д.е.н., професор

_____ О. М. Анісімова

« ____ » _____ 20__ р.

**ЕФЕКТИВНИЙ НЕТВОРКІНГ В СУЧАСНІЙ СИСТЕМІ
КОМУНІКАЦІЙ. (НАЛАГОДЖЕННЯ КОНТАКТІВ З ПОТРІБНИМИ
ЛЮДЬМИ)**

Спеціальність 029 « Інформаційна, бібліотечна та архівна справа»

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота

Керівник:

Анісімова О. М. , в.о. завідувача кафедри
інформаційних систем управління,
д.е.н., професор

Оцінка: ____ / ____ / ____

(бали за шкалою ЕКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____

(підпис)

Вінниця – 2021

АНОТАЦІЯ

Плюта О.О. Ефективний нетворкінг в сучасній системі комунікацій. (Налагодження контактів з потрібними людьми). Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», освітня програма «Документознавство та інформаційна діяльність». Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2021.

У кваліфікаційній (бакалаврській) роботі досліджено створення та розвиток нетворкінгу в суспільстві. Описано сутність, роль та вплив нетворкінгу на суспільство. Виокремлено проблеми, які несе за собою нетворкінг, та запропоновано шляхи вирішення деяких із цих проблем.

Ключові слова: нетворкінг; інформаційне суспільство; цінні зв'язки; знайомства; розвиток; переговори.

50 с., 13 рис., 2 табл., 17 джерел.

SUMMARY

Плюта О.О. Effective networking in a modern communication system. (Establishing contacts with the right people). Specialty 029 "Information, library and archival affairs", educational program "Documentation and information activities". Vasyl Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2021.

The creation and development of networking in society is studied in the qualification (bachelor's) work. The essence, role and impact of networking on society are described. The problems of networking are highlighted and ways to solve some of these problems are suggested.

Keywords: networking; information society; valuable connections; dating; development; talks.

50 pp., 13 Fig., 2 table., 17 sources.

ЗМІСТ

ЗМІСТ	3
ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ НЕТВОРКІНГУ	5
1.1 Визначення та місце нетворкінгу в сучасному суспільстві	5
1.2 Нетворкінг – процес встановлення і утримання цінних зв'язків.	7
РОЗДІЛ 2 ВИДИ НЕТВОРКІНГУ, АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ	12
2.1. Поради для ефективного використання нетворкінгу.....	12
2.2 Види нетворкінгу його переваги та недоліки.	17
2.3 Теорія шести рукостискань	26
РОЗДІЛ 3 ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ НЕТВОРКІНГУ В СУЧАСНИЙ СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙ	33
3.1 Networking-зона	33
3.2 Результати опитування «Ваш рівень в нетворкінгу».....	41
ВИСНОВКИ.....	47
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Англomовне слово «нетворкінг» вже давно вкоренилося в українському суспільстві та широко використовується у повсякденному спілкуванні, хоча багато хто так і не знає істинного значення цього поняття. Нетворкінг – це професійна та соціальна діяльність, яка спрямована на те, щоб оточити себе корисним колом людей. Основний зиск нетворкінгу полягає в тому, що за потреби ці знайомі та товариші допоможуть вам у розв’язанні складних питань.

Метою роботи є дослідження ефективного нетворкінгу в сучасній системі комунікацій

Завдання дослідження:

показати цінність та значну роль нетворкінгу не тільки в Україні а й в усьому світі;

дослідити правила використання нетворкінгу;

розкрити недоліки та переваги нетворкінгу;

дослідити стан розвитку нетворкінгу;

охарактеризувати діяльність нетворкінгу у різних суспільних та культурних сферах життя суспільства;

дослідити перспективи розвитку нетворкінгу.

Об’єкт дослідження – процес використання технологій нетворкінгу.

Предмет дослідження - особливості діяльності нетворкінгу в соціумі, участь в розвитку сучасної молоді.

Теоретичне значення роботи полягає в можливості використати результати дослідження нетворкінгу у суспільстві, його розвиток, та впровадження нових ідей для зацікавлення людей в альтернативних видах розвитку та заробітку.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна (бакалаврська) робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних посилань з 17 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 50 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ НЕТВОРКІНГУ

1.1 Визначення та місце нетворкінгу в сучасному суспільстві

Усі бізнес-завдання зазвичай виконуються у співпраці, від цього й залежить усіх (від вибору співробітників, клієнтів, партнерів), тому для цього й створено нетворкінг. Коли ми говоримо про нетворкінг, ми маємо на увазі, перш за все, такий підхід в спілкуванні, якого немає в звичайних балачках на сходовому майданчику, наприклад: Якщо людина сприймає комунікацію, як потенційний розвиток довгострокових довірчих відносин, і вже під час діалогу про себе думає як він / вони могли б розвинути ці відносини, то так - це нетворкінг.[9]

Нетворкінг - не наукова дисципліна, в ній немає загальновизнаних формул, аксіом і теорем. У кожної людини свій нетворкінг, свої правила встановлення відносин і свої «родзинки». Кому-то нетворкінг потрібен для того, щоб навчитися впевнено знайомитися і спілкуватися, кому-то для кар'єрного зростання, а кому-то для душевної гармонії. Цілі у всіх людей різні, але ось інструменти та методологія їх досягнення дуже схожі.

Переглянувши статистику близько 85% вакантних посад займаються завдяки нетворкінгу. Тому починати думати про базу своїх знайомств потрібно відразу як визначилися з професією, і з кожним роком намагатися її збільшувати. А коли прийде час для пошуку нової роботи, обов'язково буде той, хто зможе вам щось запропонувати і взятись за вас, як за професіонала у своїй справі, спеціаліста. Великий відсоток нових вакансій також не публікується на загальний огляд, і претендента на престижну посаду часто роботодавці знаходять самі.

Значну користь приносить нетворкінг і для популярної сьогодні професії – блогерство. Хоч саме поняття не відноситься до соціальних мереж

і має за мету живі знайомства та спілкування, але блогери зуміли його пристосувати у віртуальному світі. Вони не показують на загальний огляд конкуренцію, а разом влаштовують розіграші, відеоконференції, фотосесії, щоб отримати від інших контент для себе.[3]

Люди, зазвичай, на початковому етапі свого налагодження суспільних зв'язків роблять помилку: вони відвідують різноманітні заходи, де роздають свої візитівки й пропонують себе. Але їх можуть викинути у смітник, не цікавившись та навіть не глянувши. Для того, щоб нетворкінг приніс користь для вас, наведемо основні правила. Наприклад, популярно, останнім часом підприємці часто влаштовують нетворкінг-івенти.

Вибирайте для знайомства з корисними людьми саме їх. У вас, звичайно, повинні бути гарні візитівки, які ви вручите після особистого спілкування. Головне на таких зустрічах – не боятися підходити до незнайомців і заводити з ними розмову (власне для цього ви сюди й прийшли). Такі вечірки ідеально підходять для новачків та інтровертів, які ще не відточили свою майстерність корисних знайомств. Але тут ви не зустрінете серйозних бізнесменів чи інших професіоналів, які занадто цінують свій час, щоб ходити на нетворкінг-івенти.

Вдалим місцем для корисних знайомств стануть також ділові конференції. Але спеціалісти наголошують, що більш цінними на них є обіди, тому що можна у невимушеній обстановці познайомитися, поспілкуватися та обмінятися контактами з професіоналом за сусіднім столиком.[9]

Під час спілкування з потенційним діловим партнером потрібно бути максимально відкритим та показати, наскільки ви захоплені своєю справою. Також ви маєте бути в захваті від діалогу та справи вашого співрозмовника – він повинен відчувати, що ви на одній хвилі. Великим плюсом буде, якщо у вас знайдуться точки дотику поза професійною діяльністю. Обов'язково продемонструйте вигоду від спілкування з вами, адже нетворкінг – це в першу чергу обопільна зацікавленість.

Всю свою базу контактів записуйте у нотатник: так ви не загубите нікого важливого і завжди будете знати, де знайти його номер телефону. Не забувайте

підтримувати контакти, щоб вся ваша робота не була марною. Почніть з фоллоуап-листа після першого знайомства. У ньому наведіть коротку інформацію про себе та нагадайте, чим ви можете бути корисними. Не забувайте вітати ваших нових знайомих зі святами та надсилати їм невеликі подарунки. Посилюйте свої зв'язки особистими зустрічами та організацією спільних заходів.

На сьогодні комунікація та корисні зв'язки цінуються як ніколи. Тому відкидайте всі свої упередженні страхи та відправляйтеся заводити нові знайомства.[17]

1.2 Нетворкінг – процес встановлення і утримання цінних зв'язків.

Всі ми любимо спілкуватися, але навряд чи хтось сперечатиметься з тим, що створення мережі знайомств в професійній сфері допомагає заробляти і будувати кар'єру. Розглянемо детально принципи нетворкінгу (рис. 1.1):

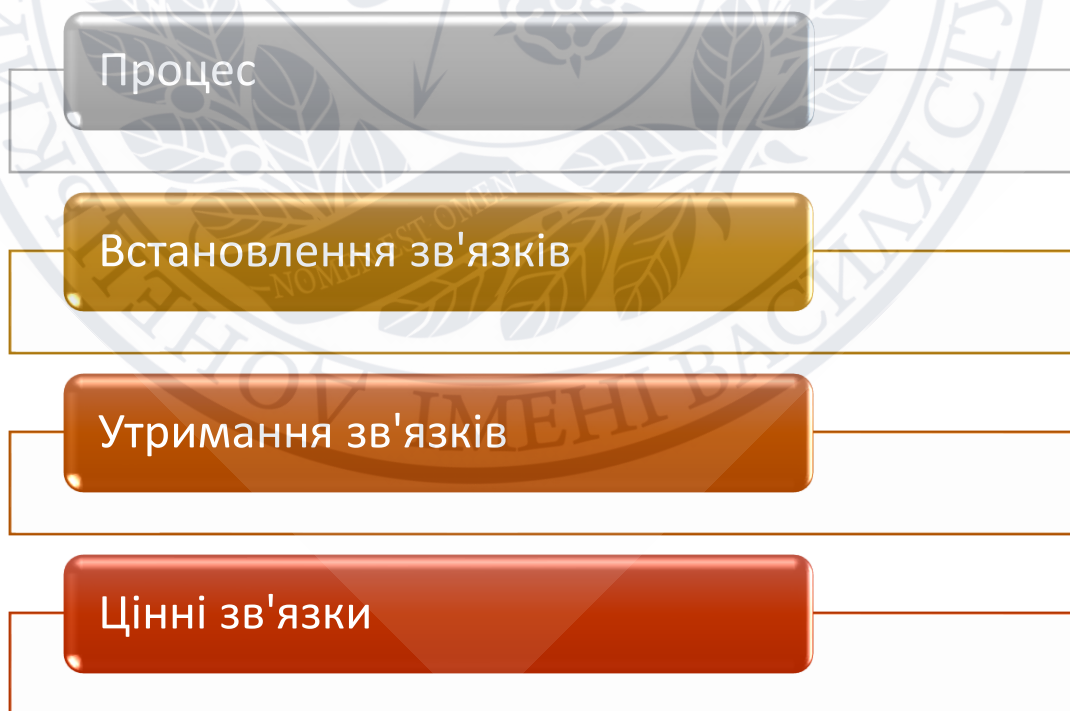


Рисунок 1.1. – Принципи нетворкінгу*

Процес. Безумовно, нетворкінг - це процес. Це не окрема подія, не лише ця хвилина встановлення цінних зв'язків. Нетворкінг - щоденний процес по встановленню та підтриманню ваших цінних зв'язків. Неможливо в один день стати майстром в цьому питанні. Неможливо за один день познайомитися з усіма цінними людьми. Цим потрібно жити, вдосконалюючись щодня.

Встановлення зв'язків.

Важко переоцінити значимість встановлення зв'язків в нетворкінгу. Встановлення зв'язків, по суті, і є мета нетворкінгу. На це спрямовані основні сили, час і кошти. Уміння вчасно встановити потрібні зв'язки - часто є визначальною нашого успіху в житті і роботі. У розділі 3 «Встановлення цінних зв'язків» це вміння розкрито, і навіть дана певна структура з розгорнутими поясненнями кожного пункту, тому збережемо інтригу ще на кілька сторінок.

Утримання зв'язків.

Без утримання зв'язків не можна досягти ефективного і комплексного нетворкінгу. У процесі спілкування зі своїми знайомими і спільного аналізу ми прийшли до висновку, що встановити зв'язок набагато простіше, ніж її втримати. Це пов'язано не тільки з неорганізованим і неавтоматизованим підходом в нетворкінгу, але і з тим, що багато нетворкера просто не знають правил утримання і підтримування зв'язків, як ділових, так і особистих. У розділі 4 «Утримання та підтримка цінних зв'язків» розкрита дана тема.

Цінні зв'язки.

Безумовно, допомагати іншим потрібно. Важливо робити це безоплатно від душі. Допомагати потрібно тоді, коли ти сам це хочеш робити, а не для «галочки» або в обмін на що-небудь. Але, друзі, прошу вас, не приймайте поради по встановленню зв'язків так буквально. Ви повинні розуміти, що тільки цінні зв'язку необхідні людині. Хочете покращити карму - подайте милостиню прохачеві, допоможіть заблукав туристу. Але, погодьтеся, це ж не привід дружити з ними сім'ями. Під терміном «цінні зв'язку» я пропоную розуміти зв'язку, цінності яких в тій чи іншій мірі відповідають вашим

цінностям. Не всі ділові, особисті та випадкові зв'язки можуть відповідати вашій зоні комфорту і системі цінностей. Тому, вибудовуючи відносини, переконайтеся, що ці зв'язки будуть мати велике значення для вас і тих, з ким ви їх будувате.[3]

Процес нетворкінгу ідентичний процесу вибудовування відносин між партнерами по бізнесу. Міцні, надійні відносини між партнерами в бізнесі формуються тільки тоді, коли їх співпраця взаємовигідна і в ньому зацікавлені обидві сторони. Так само і в нетворкінгу: дуже важливо, щоб люди, з якими ви будувате відносини, теж були зацікавлені в побудові зв'язку з вами. Саме тому при встановленні нових зв'язків потрібно максимально фокусуватися на цінностях свого опонента, якщо для вас він також має цінність.

«Був всім для всіх, щоб врятувати хоча б деяких» - ці слова апостола Павла як ні до кого іншого застосовні до одного з найвідоміших подвижників ХХ століття - святому Іоанну Кронштадтському (Сергієву).

Масштаби діяльності цієї людини вражають. Він заснував кілька монастирів. Заснував Будинок Працьовитості, де бідні могли самостійно заробляти собі на життя. Написав безліч книг, до сих пір користуються популярністю не тільки у православних, а й у християн інших конфесій.

При цьому святий Іоанн високо цінував і поважав не тільки духовне, а й земне, інтелектуальне знання, про що писав у своїх щоденниках. Протягом декількох десятків років він знаходив час на викладання Закону Божого в гімназії.

День отця Іоанна починається о п'ятій ранку читанням ранкових молитов і молитов перед причастям. Молитви читаються напам'ять, під час прогулянки у дворику. Потім - сповідь, на яку приїжджають тисячі людей з усієї Росії, і служіння Божественної літургії, яку отець Іоанн здійснював щодня (зазвичай священики служать її щотижня і у свята)[6]

Після літургії - коротка трапеза, можливо відвідання Будинку Працьовитості або гімназії. Друга половина дня - численні зустрічі, молебні. Тисячі людей прагнуть особисто поспілкуватися з о. Іоанном, попросити

молитов про одужання безнадійно хворих родичів, духовної ради по життєво важливій справі. О. Іоанн нікому не відмовляє, тому його день закінчується за північ. На наступний ранок - знову літургія, в якій він черпає сили для того, щоб довгі роки жити в такому сверхплотном ритмі і при цьому завжди залишатися бадьорим, просвітленим, так само уважним до всіх.[16]

Тільки вночі випадають спокійні хвилини. Їх о. Іоанн проводить в робочому кабінеті, в який, за спогадами сучасників, «доступ був закритий для гостей та обмежений навіть для рідних і близьких. Без о. Іоанна кабінет закривався на ключ, що-небудь чіпати або переставляти в ньому було заборонено. Біля стіни стояв великий письмовий стіл, за яким батюшка становив проповіді, майже щодня вів щоденник».

Під час цієї зосередженої роботи можна написати кілька наступних сторінок «Моїй життя у Христі» або лист комусь із численних духовних дітей і друзів, які чекають ради і настанови.

Список таких людей великий, про кожного потрібно пам'ятати багато. Про що йшла мова в останніх листах Які новини необхідно повідомити Про що попередити, від чого застерегти, в чому підбадьорити

По кожній людині окремо зберігаються всі листи, а також нотатки, зроблені в ході зустрічей, записки з думками, які необхідно повідомити. Ведення таких записів забирає трохи часу - але дозволяє не покладатися на ненадійну пам'ять в такій важливій справі, як спілкування з людьми.

Поставтесь з особливою увагою до даної частини. Постарайтеся згадати всіх людей, яких ви можете назвати знайомими. Не важливо, в хороших ви стосунках або в поганих, чи спілкуєтеся ви кожен день або останній раз бачилися кілька років тому. Одержаний список є вашим соціальним капіталом. Що цінніший люди в списку, чим ширше область їх інтересів, тим вище ваш соціальний капітал.[3]

Це необхідно зробити для аналізу вашого оточення. Так би мовити, позначити точку відліку. Рекомендую це зробити відразу, до прочитання наступних глав книги. Обіцяю, ви зробите для себе чимало висновків щодо

кількості та якості особистого соціального капіталу. Постарайтеся відтворити список з пам'яті, нехай він поки буде невеликою.

Таблиця 1.1-Приклад списку із пам'яті.

Ініціали	Інструмент спілкування	Інтереси	Ступінь цінності
ПІБ	Особисте спілкування, телефонні розмови, соціальні мережі	Аутсор	3

Візьміть пару аркушів паперу і розділіть кожен лист на чотири колонки. У першій записуються ініціали. У другій - інструменти спілкування (особисте спілкування, телефонні розмови, соціальні мережі). У третій колонці тезисно опишіть інтереси людини, систему цінностей. Остання частина таблиці - поставте умовну ступінь цінності вашої зв'язку.[4]

РОЗДІЛ 2

ВИДИ НЕТВОРКІНГУ, АНАЛІЗ ПЕРЕВАГ ТА НЕДОЛІКІВ

2.1. Поради для ефективного використання нетворкінгу.

Нетворкінг будується на теорії шести рукошляків. Кожна людина знайомий з будь-яким іншим людиною через п'ять інших. Це, звичайно, образне визначення. Але в конкретній ніші бізнесу так і є. Наприклад, майстер цеху через мережу з п'яти знайомих - головний інженер, заступник керівника, начальник підприємства, керуючий партнер - може вийти на власника бізнесу.

У нашій країні під нетворкінгу часто розуміють обмін візитками і побіжне спілкування на конференції. Якщо ви поділилися контактами з людиною і сказали йому пару слів про свою роботу, ви ще не завели корисне знайомство. Подивіться в свою візитівку. Десятки, а то й сотні карток з контактами, які вам не знадобилися. Ви їх зберігаєте на майбутнє.

Що таке нетворкінг в правильному розумінні Побудова мережі ділових контактів починається з тривалого і комфортного спілкування з цікавлять вас людиною. У спокійній обстановці ви можете дізнатися, чим займається співрозмовник, розповісти про свій бізнес, почути думку іншої людини і поділитися своїм досвідом. Такий контакт буде корисний і вам і вашому співрозмовнику.

Нетворкінг використовують в бізнес-спільнотах, фрілансі і будь-яких професійних колах зі схожими інтересами. Правильне оточення допомагає легше будувати кар'єру, мотивує до роботи і скорочує час на досягнення успіху. Без допомоги знайомих часто неможливо пробити стелю в професійному зростанні.[5]

Основні правила нетворкінга представлено на рис. 2.1.

Ловіть вудкою, а не сіттю

Не ставтесь до людей привзято

Будьте чесними

Знімайте краватку якомога раніше

Будьте цікавим співрозмовником

Ідіть назустріч зв'язків

Постійно носіть із собою зброю

Хочете стати № 1 - спілкуйтеся з іншими № 1

Ентузіазм і емоції це дуже важливо

Візитки повинні бути поруч

Ви не продаєтеся

Рисунок 2.1 – Правила нетворкінга*

*Розроблено автором на основі правил нетворкінга

Ловіть вудкою, а не сіттю. Після того як ви визначили свою мету, постарайтеся гранично чітко уявити, з ким ви можете її досягти. І не варто буквально сприймати необхідність знайомитися з новими людьми. Важливо створити «фільтр». Тільки в цьому випадку цінність вашої бази зв'язків буде стрімко рости.

При цьому не забувайте, що вам доведеться підгодовувати десятки риб, щоб зловити кілька золотих.

Не ставтесь до людей привзято. Помилка початківців нетворкера - судження про людей по їх зовнішньому вигляду, аксесуарів, гаджетах і так далі. Подібне можна спостерігати на конференціях. Безумовно, логіка в цьому

є. Але у мене своя думка на цей рахунок. Не всі люди готові до того, щоб їх оцінювали по одязі. Багато хто ставить в пріоритет комфорт, тому змінюють смокінг на джинси і джемпер, а шкіряний портфель на спортивний рюкзак. У позаробочий час я часто бачу власників великого бізнесу в спортивних костюмах, які гуляють з дітьми по парку.[9]

Будьте чесними. Немає нічого більш огидного, ніж лицемірне і корисливе побудова відносин. Це бомба уповільненої дії, не більше. І почавши цей шлях, ви вже не зможете що-небудь змінити. Рано чи пізно пролунає вибух, і більшу частину зв'язків відкине хвилиною нещирості. Діліться своїми планами та ідеями. Будьте чесними з іншими людьми і з самим собою. Люди це оцінять.

Знімайте краватку якомога раніше. Коли ви познайомилися з новою людиною, він інтуїтивно тримає вас на відстані «витагнутої руки»: чітко розділяє, що сказати, а про що промовчати. Але з часом, при частому спілкуванні з вами, ступінь довіри підвищується, і розмови переходять у формат не тільки ділових, а й життєвих. Саме до цього потрібно прагнути. Звичайно, не допускати панібратства, але неформальні відносини часом відкривають багато дверей. Використовуйте це

Будьте цікавим співрозмовником. Бути цікавим співрозмовником - обов'язкова умова успішного нетворкінгу. Інтерес до вас повинен починатися з вітання, тривати під час спілкування і не закінчуватися по його завершенню.

Для цього обов'язково придумайте собі РАТ (personaladtext) - коротку, тридцятисекундних презентацію про себе. Зробіть її нестандартною, щоб зацікавити співрозмовника. Хороший співрозмовник повинен не тільки цікаво говорити, а й вміти слухати. Пам'ятайте: чим більше ваш співрозмовник каже, тим більше він вам довіряє.[6]

Ідіть назустріч зв'язків. Не чекайте, поки з вами почнуть знайомитися на вулицях або конференціях, самі йдіть назустріч новим зв'язкам. Для того щоб зрозуміти, в якому напрямку рухатися, ще раз погляньте на свої цілі і на портрети знайомств, які хотіли б зав'язати. Після цього постарайтеся зрозуміти, де їх можна «зловити», і складіть чіткий план відвідування цих

територій. Пошукайте в інтернеті, я впевнений, що в вашому місті вже в цьому місяці проводиться кілька конференцій, виставок. Виберіть для себе найбільш підходящі і відвідайте їх.

Постійно носіть із собою зброю. В арсеналі нетворкера є різне «зброя». Але одне з них у вас завжди має бути під рукою - це ваша візитна картка. Погляньте на свою візитну картку прямо зараз. Як вас можуть описати люди, в руки яких вона потрапила випадково Як на ній зазначено місце вашої роботи: тільки логотип або ж короткий опис вигод від співпраці з вами А яка інформація є про вас: ініціали або є ще невеликий список інтересів Подумайте про це Але не забувайте, що найкраща візитна картка та, яка знаходиться у вас завжди при собі: в костюмі, в портмоне, в машині, на столі, в кишені верхнього одягу і навіть в паспорті.[10]

Хочете стати № 1 - спілкуйтеся з іншими № 1. Йдеться про правила знайомства з громадськими структурами і знаменитими людьми. Знайомство з ними нерідко впливає на подальшу долю. Люди на підсвідомому рівні бояться знайомитися зі знаменитостями, хоча шалено бажають цього. Вони бояться здатися непотрібними, бути смішними, бояться, що не зможуть прорватися через прес-секретарів і особистих помічників. Все це лише страхи.

Для початку вивчіть інтереси і захоплення людини, адже через бізнес налагодити спілкування набагато складніше. Також придивіться до найближчого оточення: секретар або помічник, друзі і учні - познайомившись з ними, у вас підвищаться шанси знайомства з публічною людиною.

При першому знайомстві з людиною потрібно обов'язково запитувати самого себе: «А чим я можу бути корисний цій людині» Чи можу щось підказати, допомогти їй, дати якісь поради, або порадити хорошого фахівця, який зможе вирішити проблему Якщо така користь є, значить, ви зможете ефективно співпрацювати з людиною.

Не обов'язково завжди допомагати в односторонньому порядку. Роберт Чалдіні у своїй «Психології Впливу» говорив про те, що будь-яка надана нам послуга запускає механізм «дії у відповідь». Тобто ми відчуваємо себе

зобов'язаними, а значить, зробимо щось, навіть понад те, в чому нам допомогли.

Ентузіазм і емоції це дуже важливо. Емоції, з якими ми розповідаємо про себе та свою роботу, дуже важливі при першому контакті з людиною. Ви один одного не знаєте, а значить, робите висновки виходячи з того, що бачите перед собою. Як людина одягнена, що говорить і, що ще більш важливо, як вона це говорить.

Яка людина буде спілкуватися і заводити ділове знайомство з тим, хто не горить своєю роботою і тим, від кого не йде енергія, якою він заряджає інших. Всі, хто домагаються великого успіху в своїй справі, дійсно горять і люблять свою роботу. Намагайтеся заряджати співрозмовників енергією.

Успішність першого контакту на 79% забезпечують слова, 38% тональність голосу і на 55% емоції і невербальні способи спілкування (жести, поза, міміка). Ці цифри умовні, але вони показують реальний вплив наших слів, емоцій і пози на співрозмовника. Дбайте про невербальні способи спілкування і висловлюйте емоції.

Візитки повинні бути поруч. Візитки – постійний атрибут ділових зустрічей. Ви даєте свої візитки, отримуєте чужі, тому завжди варто мати їх під рукою. Вам за короткий термін потрібно витягнути візитку, щось на ній написати і вручити незнайомій людині. Так що краще класти їх у кишеню піджака. Зараз багато хто вважає, що візитки – це минуле століття. В епоху соціальних мереж залишити свої контакти досить просто. Але для надійності краще зберігати кілька своїх візиток і чужих. Вони точно знадобляться.

Ви не продаєтеся. Головна мета в нетворкінгу – завести нові знайомства. Спочатку немає мети укласти якийсь договір або щось продати. Навпаки, вам варто всіляко уникати подібних тем при першому знайомстві. Люди, які намагаються при першій зустрічі вам щось продати, нагадують дуже докучливих торгових агентів. До них немає довіри, вони нецікаві, а навіть якщо їх товар дійсно варто того, це втрачається за їх наполегливістю. Всякий

раз, коли знайомитеся з новою людиною, робіть це з інтересу, а не з метою щось продати. Навіть якщо плануєте завести вигідні для себе знайомства.[10]

2.2 Види нетворкінгу його переваги та недоліки.

Основні види нетворкінгу представлено на рис. 2.2

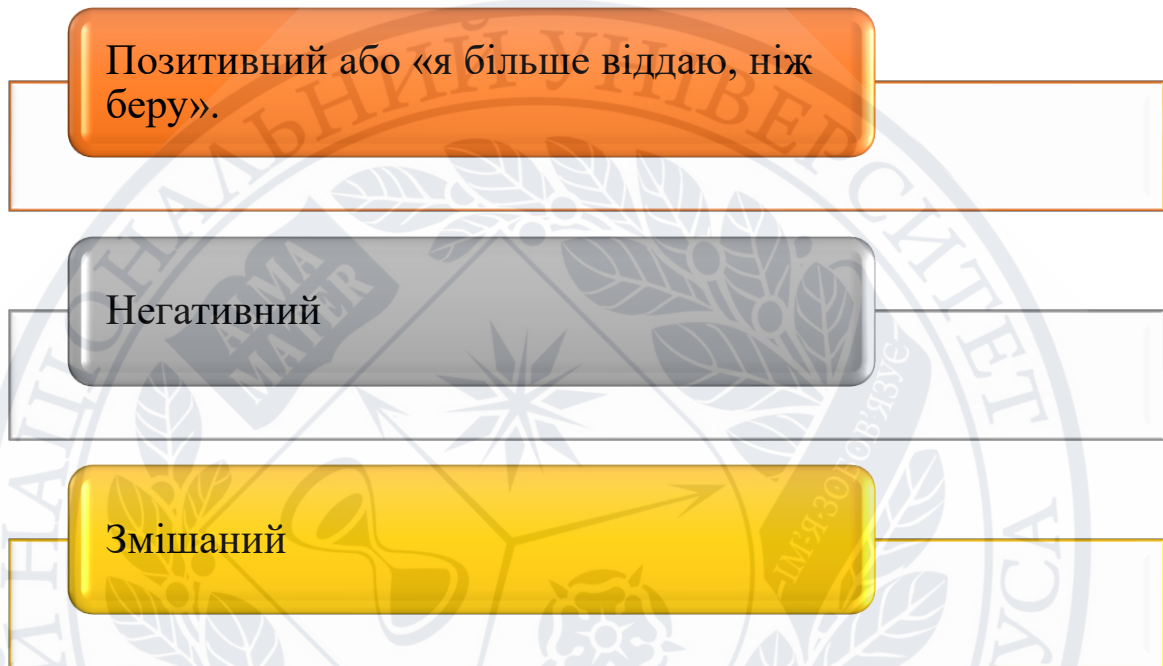


Рисунок 2.2 – Види нетворкінгу.

Існує три типи вибудовування мережі корисних знайомств:

Позитивний або «я більше віддаю, ніж беру». Позитивний нетворкінг - це прагнення бути корисним новим знайомим. Варіант, коли людина створює навколо себе ділову мережу з прицілом на перспективу. Це часто єдине вірне рішення на початку кар'єри, коли для налагодження необхідних зв'язків потрібно більше віддавати, ніж отримувати. Радислав Гандапас порівнює корисний нетворкінг з посівом насіння в багатий ґрунт. Не чекайте миттєвого результату: дайте зернам взятися, дати сходи, підтримайте їх зростання. Пожати плоди будете потім, коли ваші старання повернуться назад сторінкою. Цей вид також підходить для успішних бізнесменів, які збирають навколо себе команду людей, що стоять нижче по соціальних сходах.

Професійний нетворкер допомагає їм розвиватися, вкладає свої знання і сили, щоб в майбутньому отримати згуртовану команду однодумців.[16]

Негативний нетворкінг або «я тільки забираю». Підхід нагадує маніпулювання, але не в явній формі. Нетворкер з такою програмою дій думає так: «нові знайомі мені корисні, тому можуть розраховувати і на мою» відповідну »допомогу». Тобто шикуються ринкові відносини по типу: ти - мені, я - тобі. Негативний або ринковий нетворкінг допомагає вибудувати навколо себе сильне або рівне за можливостями оточення для розвитку бізнесу, кар'єри.

Змішаний нетворкінг або «я віддаю і забираю». Золота середина - бути корисним і отримувати користь. На відміну від негативного підходу, в змішаному нетворкінгу переважає потреба віддавати і тільки потім брати вигоду.

Кожен вид нетворкінгу підходить під конкретну ситуацію, потрібен для того чи іншого оточення. Не завжди цікавлять вас людям необхідна ваша допомога, як і ви, можете не потребувати радях знайомих. Не варто кидатися в крайності і намагатися застосувати нетворкінг там, де він не «котить». Якщо співрозмовник не йде на контакт, перейдіть на іншого. Іноді підібратися до потрібної людини можна тільки через його знайомих (принцип шести рукостискань в нетворкінгу).

Онлайн-нетворкінг Сучасний світ безперервно наповнюється гаджетами, розвиваються засоби зв'язку, з'являються нові інструменти комунікації. Ще 15 років тому ніхто не знав про соціальні мережі, а сьогодні кілька мільярдів чоловік по всьому світу мають акаунти в LinkedIn, Google+, Twitter, Instagram, Facebook, ВКонтакте, Однокласниках. Де будь незалежно від соціального статусу і становища: від школяра до бізнесмена чи політика, - може познайомитися з допомогою кількох кліків мишкою.

Для нетворкінгу в соціальних мережах існують свої правила, але часто люди їх самі спрощують, а потім дивуються: чому знайомство не відбулося або перервалося швидше, ніж хотілося.[8]

10 порад для ефективного нетворкінга представлено на рис. 2.3. та рис. 2.4.

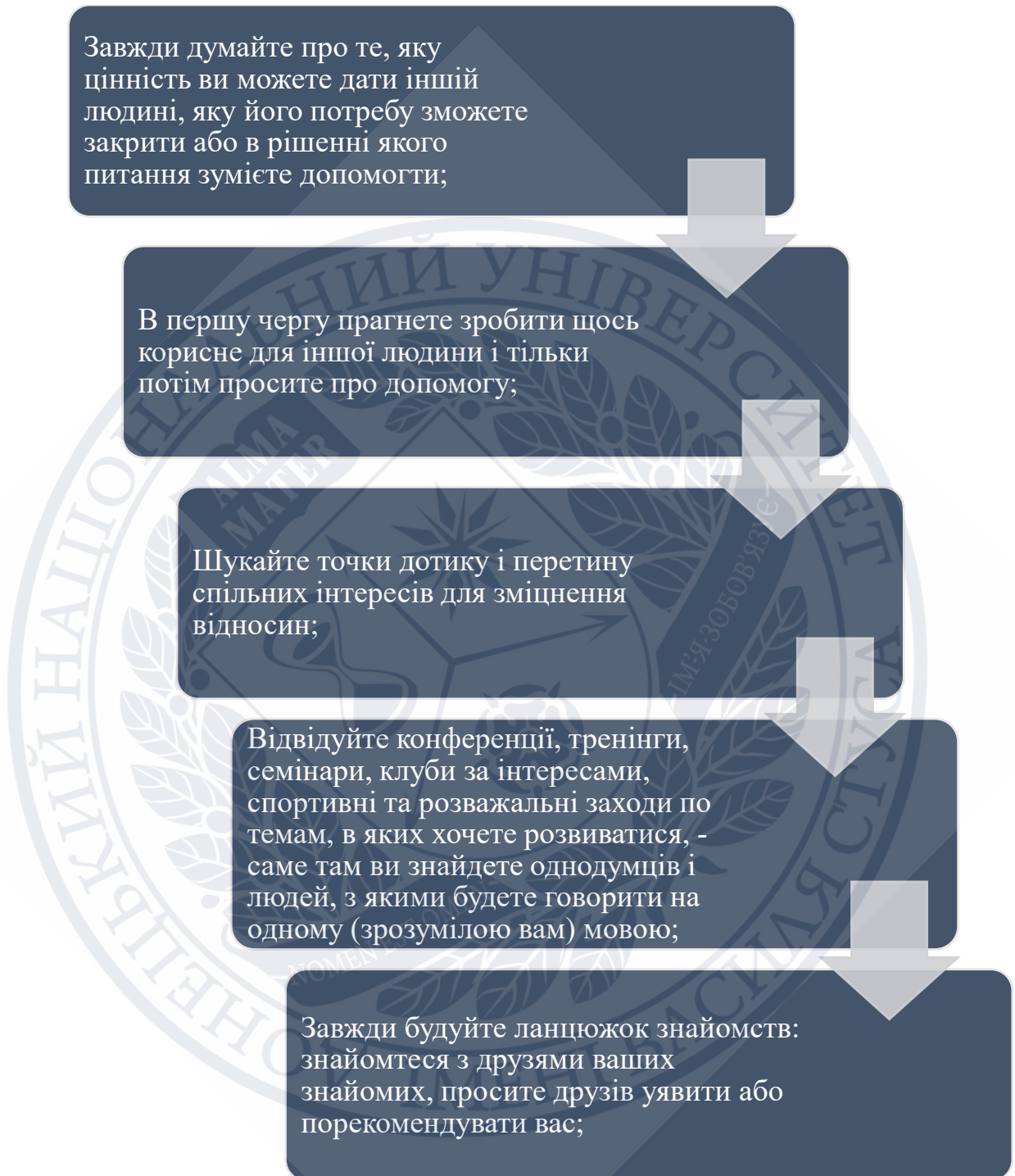


Рисунок 2.3 - Поради для ефективного нетворкінгу

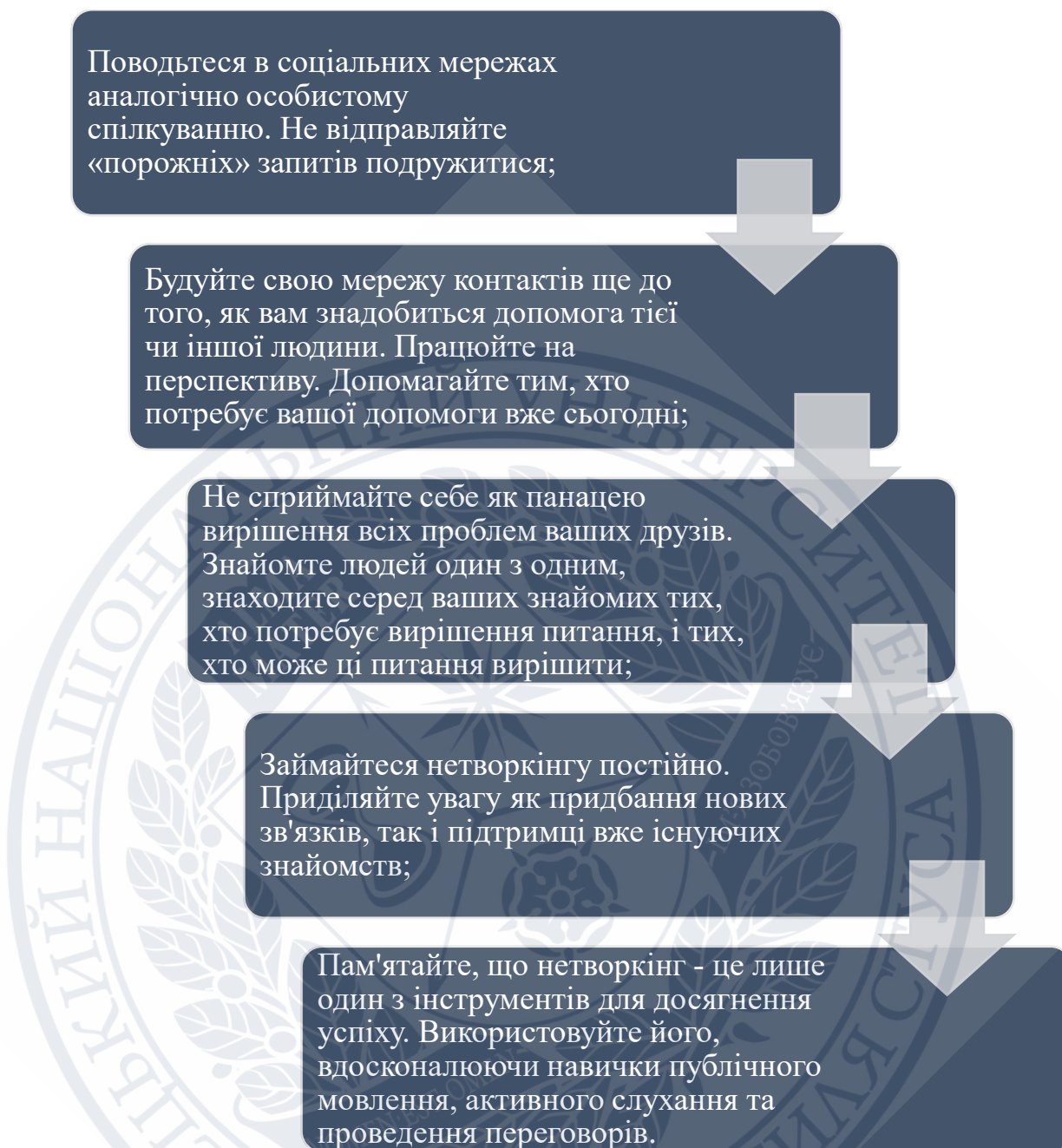


Рисунок 2.4 - Поради для ефективного нетворкінгу

При особистому знайомстві люди вважають само собою зрозумілим привітатися, представитися, розповісти про себе, поцікавитися співрозмовником. У той час як в соцмережах часто розраховують на взаємність простим натисканням кнопки «Додати в друзі» без будь-яких коментарів. Чи варто дивуватися після цього, що такі заявки залишаються без відповіді або сприймаються як спам. Необхідно пам'ятати, що за кожною аватаркою стоїть жива людина. Йому важливо розуміти цінність і користь

знайомства, інакше сенс знайомства з вами у людини буде дуже абстрактним. Тому, знайомлячись в соціальних мережах, уважно переглядайте анкету людини, з яким хочете встановити контакт. Знайдіть з ним спільні інтереси або інші точки дотику, напишіть, що вас об'єднує, чому ви хочете познайомитися з ним, ніж ви можете бути йому корисні. Німецький філософ Артур шопенгауер не користувався соціальними мережами, але про цінності знайомства писав так:

Мабуть, найпоширеніший питання, яке активно обговорюється в інтернет-спільнотах: «Чи можна заробити на нетворкінгу Як його монетизувати». Ті люди, які вивчають нетворкінг виключно для особистого доходу за допомогою знайомства з цінними і впливовими людьми, підпалюють гніт вибуховий установки. Справа в тому, що при таких вимогах до нетворкінгу вам доведеться постійно підлаштовуватися і фальшивити при знайомствах для отримання власних вигод. Часто, йдучи по головах і наплювавши на цінність і інтереси ваших знайомих. Так ось, гніт, який ви запалюєте в цей момент, може бути різної довжини: короткий або довгий. Але неминуче вогонь з кожним новим знайомством наближається до вибухової установці, і в найнесподіваніший момент відбувається потужний вибух. Наслідками вибуху буде публічний прояв вашої справжньої сутності, і тоді від вас відвернуться не тільки всі ваші нинішні, а й потенційні знайомі, з якими ви вже ніколи не зможете налагодити стосунки

Проте кілька варіантів монетизації в нетворкінгу все-таки існує. Можна виділити два основні: «Сліпий трикутник» і «Гроші на дорозі»

Метод «Сліпий трикутник» особливою популярністю користується в Україні. Я не прихильник такого підходу, але розповісти про нього повинен. Відкрийте свою записну книжку. У ній ви, швидше за все, знайдете контакти людей з абсолютно різних сфер діяльності: лікарів, політиків, будівельників, підприємців. Дуже часто до нас звертаються знайомі з питаннями із серії:

«У тебе немає приятелів або родичів у військкоматі»

«У тебе є контакти з будівництва будинків». Якщо у людини є серед знайомих потрібні люди, то можна сказати їм наступне: «У мене для тебе є чудовий проект, як раз по твоїй спеціальності. Якщо у тебе є час, готовий тобі його передати за скромні 10% від суми вашої угоди ». Якщо той погоджується, то співпраця протікає через нього, і він залишає свою «комісію».

Самі жадібні йдуть далі і ще беруть комісію з тих, хто до них звернувся за допомогою. Чи можна на цьому заробити – так, напевно. Чи можна таким підходом підтримувати порядні і відкриті відносини – так, але недовго (поки горить гніт). Не потрібно робити бізнес на дружніх відносинах. Даний метод таїть в собі величезні ризики. Можна не тільки втратити друзів. Помилившись у виборі «виконавця», ви можете підставити свого друга, при цьому ще й самому залишитися належним.

У бізнесі такий підхід називається «партнерська програма» або «агентську винагороду». Але, будь ласка, не плутайте. Підприємницьке середовище має на увазі під собою необхідність заробітку. Ці відносини закріплені документально. Я ж вважаю за краще зателефонувати і теж попросити 10%. Але закласти їх не в моє винагороду, а в додаткову знижку моїм знайомим. Подяка двох сторін і порядність наших відносин приносить набагато більші дивіденди. Такий підхід лягає в основу другого методу.[13]

Метод «Гроші на дорозі» - повна протилежність вищеописаного методу. Ключова особливість – відкритість взаємин. Якщо до вас звернулися по медичну допомогу і у вас є людина, готова допомогти, обов'язково познайомте цих людей безпосередньо (через телефонний зв'язок або особисту зустріч). Відкрито повідомте, наскільки добре ви знаєте людину і наскільки ви впевнені в його кваліфікації. Будьте чесними до них і до самого себе. Основою методу «Гроші на дорозі» є щедрість зв'язків. Так чому ж метод називається «Гроші на дорозі»? Кожен з нас може розповісти випадок, коли в дитинстві, йдучи по вулиці, побачив велику купюру. У цей момент переповнює почуття радості від раптового подарунка долі. Настрій поліпшується, посмішка не спадає з обличчя, і ти ще деякий час з підвищеною увагою скануєш дорогу перед собою

в пошуках приємний бонус. Саме так і монетизуються даний метод. Ви не вимагаєте плати, робите все від чистого серця. Будьте впевнені, такий підхід обов'язково буде помічений і оцінений по достоїнству. Не завжди подяка висловлюється в грошах, головне, вона виражається у визнанні. Але ж для людини це важливо – бути визнаним. Тим самим ви будете довгострокові і міцні відносини. Не сумнівайтеся, ці знайомі першими придуть вам на допомогу при необхідності.

Переваги і недоліки.

Нетворкінг не зводиться виключно до професійного середовища. Адже корисні знайомства можуть бути і особистими. Таким чином виділяють два види нетворкінгу: соціальний і діловий. В рамках соціального нетворкінгу формуються особисті зв'язки (друзі, родичі, фахівці різного профілю).

Бізнес-нетворкінг спрямований на встановлення ділових контактів. Це один з економічних, але дуже ефективних інструментів реклами. Шукати потенційних покупців через знайомих і друзів можна абсолютно безкоштовно, до того ж це допомагає налагодити реалізацію продукції (послуг).

На підставі форм і методів взаємодії з людьми нетворкінг ділять на негативний і позитивний.

Негативний нетворкінг передбачає пошук знайомств виключно з метою отримання власної вигоди. При такому розкладі ви нічого не віддаєте людині, а просто користуєтеся їм для досягнення своїх цілей.

Позитивний нетворкінг передбачає ваше бажання віддавати: ви ділитесь з людиною своїми знаннями і досвідом, намагаючись бути йому корисним.

Щоб вибудувати міцні нетворкінг-зв'язку, які протягом тривалого часу залишатися корисними, необхідно поєднувати обидва види взаємодії. Інакше кажучи, потрібно вибудовувати взаємовигідне спілкування: ви отримуєте і віддаєте в відповідь.[1]

Як і у будь-якого інструменту, є у нетворкінгу плюси і мінуси, які представлено у табл. 2.1

Таблиця 2.1 – Сильні та слабкі сторони нетворкінгу

Сильні сторони	Слабкі сторони
Знайомитися з новими людьми – це завжди цікаво і захоплююче, особливо якщо ви – комунікабельна особистість.	Якщо ви не володієте хорошими навичками спілкування, то познайомитися з новими людьми буде нелегко.
Ви купуєте друзів і знайомих, до яких завжди зможете звернутися за допомогою.	Для того, щоб завжди мати можливість звернутися до знайомих за допомогою, з цим необхідно підтримувати. В іншому випадку про вас просто забудуть. Найчастіше це виявляється складно, так як багато хто не мають у своєму розпорядженні часом для регулярного спілкування. Або трапляється, що людина вам неприємний, тоді продовжувати спілкування зовсім не хочеться.
Корисні зв'язку можуть бути використані не тільки в рамках ділової сфери, а й для вирішення особистих питань.	Просячи допомоги у кого-то, ви повинні мати можливість допомогти чимось у відповідь. Для деяких людей важко вкладатися в знайомого, а хтось, навпаки, відчуває тягар відповідальності і обтяжений почуттям обов'язку, що, безсумнівно, пригнічує. Вам можуть попастися такі люди, які просто «сядуть на шию», нічого не

	даючи взамін. Рано чи пізно подібне спілкування вам набридне.
Багато людей отримують задоволення від допомоги іншим, відчують себе корисними і потрібними.	

Професійний нетворкінг дозволяє:

Економити час на вирішення бізнес-завдань.

Зробити життя яскравішим, а власну справу – успішніше.

Підвищити мотивацію. У команді завжди цікавіше домагатися високих цілей.

Швидше знаходити клієнтів, будувати кар'єру.

Однак у нетворкінгу є і деякі недоліки, а точніше нюанси застосування.

Мало просто вміти вибудовувати ділові зв'язки, потрібно їх ще підтримувати. В іншому випадку про вас забудуть.

Нетворкінг – не найпростіше заняття для інтровертів. Втім, ділове спілкування в соцмережах може стати альтернативою офлайн-конференцій та бізнес-зустрічей.

Ще один мінус – деякі люди з вашої мережі контактів можуть просто вас використовувати. Таких «паразитів» бажано відразу відсіяти. З досвідом ви навчитеся визначати таких людей з першого погляду.[12]

2.3 Теорія шести рукоштовань

В основі нетворкінгу лежить теорія шести рукоштовань, запропонована американськими психологами Стенлі Мілгрем і Джефрі Треверс ще в 1969 році. Суть цієї теорії полягає в тому, що кожна людина знайомий з будь-яким іншим жителем планети через ланцюжок знайомств, що складається всього з п'яти чоловік (тобто, шести рукоштовань). Цю теорію психологи вивели, провівши експеримент: 300 випробуваним були роздані конверти, в яких знаходилося ім'я людини, якій потрібно було даний конверт передати. Але передавати можна було тільки через своїх знайомих. Після закінчення експерименту психологи підраховали, через скільки людей в середньому проходив кожен конверт і результат був досить вражаючим – всього через п'ять чоловік. Виходить, що кожен з нас знає, припустимо, з Бараком Обамою, Джонні Деппом або Біллом Гейтсом всього через п'ятьох людей.

Теорію шести рукоштовань свого часу намагалася підтвердити компанія Microsoft, використовуючи для цього дані месенджера MSN, і в результаті у них вийшло 6,6 рукоштовань, що цілком може служити підтвердженням правдивості теорії Мілгрема і Треверс.

Виходячи з усього цього, стає ясно, що кожній людині доступні абсолютно будь-які зв'язки, які можуть бути йому корисні як в особистому житті, так і в діловому середовищі. Залишається тільки правильно ці зв'язки заводити. У нетворкінгу існує кілька «правил», дотримуючись яких ви зможете швидко розширювати мережу своїх знайомств.[15]

Вперше ідею про те, що будь-які дві людини в світі можуть бути з'єднані послідовністю особистих контактів і що цей ланцюжок в більшості випадків буде складена з певного числа (а саме – з п'яти) ланок, сформулював угорський письменник Фрідеш Карінтія. Його розповідь, написаний в 1929 році, так і називався: «Ланки ланцюга». В оповіданні йшлося про якусь гри, уявному експерименті, що мало на меті довести, що населення Землі куди ближче один до одного, ніж прийнято вважати. Виглядало це так: називали

будь-яку людину, знаменитого або невідомого, з числа 1,5 млрд жителів Землі початку XX століття, - і потрібно було побудувати ланцюжок не більше ніж з п'яти чоловік, що з'єднують гравця з цією людиною.[9]

Ось характерний уривок з оповідання: «Добре, Сельма Лагерлеф, - сказав один з учасників гри, - це простіше простого». І вже через пару секунд він видав рішення: «Сельма Лагерлеф недавно отримала Нобелівську премію з літератури, так що вона повинна знати шведського короля Густава, він під час церемонії вручав їй нагороду. Широко відомо, що король Густав любить грати в теніс і бере участь в міжнародних змаганнях. Йому доводилося грати і з Білої керлінг, так що вони повинні бути знайомі. Так вийшло, що я теж знаю керлінг». (Хто говорив сам був непоганим тенісистом.) «Для цього нам треба було дві ланки з п'яти. Воно й не дивно, завжди простіше знайти кого-небудь, хто знайомий зі знаменитістю, ніж з пересічною персоною. Ну, дайте-но мені що-небудь складніше»

Сьогодні ця ідея відома в російськомовній частині світу під назвою «теорії шести рукошляхів», по-англійськи ж її прийнято називати «теорією про шести рубежах віддалення».

Експерименти, що підтверджують гіпотезу. Однак без експериментальних підтверджень це припущення залишається не більше ніж грою думки. І експерименти неодноразово проводилися. Спочатку гіпотезу про те, що всі люди знайомі один з одним через відносно невелике число проміжних зв'язків, перевірів відомий американський психолог Стенлі Мілгрем. Експеримент, поставлений в 1967 році, називався «Тісний світ».[7]

Звідки пішла назва «шість рубежів віддалення». Драматург Джон Гудейр, автор п'єси «Шість рубежів віддалення», з легкої руки якого гіпотеза (до цього безіменна і відома тільки в академічних колах) пішла в маси, каже, що використовувати в назві п'єси число «шість» його підштовхнули дослідження аж ніяк не Мілгрема, а ... Гульєльмо Марконі, одного з винахідників радіо. У своїй Нобелівській промові Марконі сказав, що йому вдалося передати читане повідомлення на відстань 1 551 миль. Він підрахував, що якщо будувати

передавальні станції з таким радіусом передачі, то для покриття всієї населеної території Землі буде потрібно всього шість (5,83, якщо говорити точніше) передавачів. Гуейр використовував це «шість» як символ чогось, що охоплює весь світ.[4]

Триста чоловік учасників, випадково вибрані жителі двох міст-Омахи, штат Небраска, і Уїчито, штат Канзас, - повинні були відправити листа якомусь біржовому брокеру в Бостоні. Адреса був невідомий, проте можна було переслати лист через кого-небудь із знайомих, хто теоретично міг знати цього таємничого одержувача, - і так далі, поки лист не прийде куди треба. Кожен проміжний одержувач-відправник повинен був дописати в листі своє ім'я, щоб можна було простежити, як йшло лист і якої довжини вийшов ланцюжок. Коли підвели підсумки експерименту, виявилось, що середня довжина ланцюжка між першим відправником і бостонським одержувачем – п'ять чоловік (або шість зв'язків - «рукостискань»). У наступні роки подібні експерименти проводилися не раз, в різних умовах і з різними вихідними даними. Всі вони підтверджували гіпотезу.[11]

Так, наприклад, двоє дослідників з Корнельського університету, Дункан Уоттс і Стівен Строгатц, в 1998 році створили математичну модель «тісного світу» і повторили експеримент Мілгрема з великим розмахом. У їхньому експерименті брали участь кілька десятків тисяч добровольців з усього світу, і кінцевих точок було кілька – одержувачі жили в різних країнах, у великих містах і в відносній глибинці, були людьми різних занять і з різних соціальних верств. У цьому дослідженні письма передавалися вже не поштою і не з рук в руки, а через інтернет. Результат був близький до результату Стенлі Мілгрема: середня довжина ланцюжка склала близько шести ланок. Крім того, математична модель показала деякі цікаві закономірності організації людських спільнот: наприклад, що важливу роль в глобальній комунікації відіграють окремі люди, що належать одночасно до кількох спільнот.[16]

Найбільш же масштабне дослідження, що доводить гіпотезу, провели в 2006 році Юрі Лесковец і Ерік Хорвітц з компанії Microsoft. Вони

проаналізували логи служби миттєвих повідомлень MSN Messenger – всього понад 30 млрд повідомлень, відправлених 240 млн чоловік за 30 днів (зрозуміло, вся ця статистика обраховує не вручну, а на комп'ютері, і дослідження зайняло близько двох років). Не читаючи тексти повідомлень, Лісковець і Хорвітц могли бачити дані користувачів: стать, вік, місце розташування, хто як часто спілкується, наскільки об'ємні його повідомлення і хто кого знає. Результати цього дослідження великі, але головне, що нам цікаво, - середня відстань між двома користувачами MSN склало 6,6 зв'язку. Це число більше, ніж в експерименті Мілгрема, але досить близько до нього.[2]

З повсюдним поширенням інтернету принцип легкодоступності практично будь-якої людини став очевидним. У соціальних мережах і великих тематичних спільнотах – таких як Facebook, Vkontakte, Twitter і навіть Wikipedia – існують сервіси, що дозволяють простежити ланцюжок спільних знайомих від одного користувача до іншого, ігри, засновані на принципах «тісного світу», а також дослідницькі програми; є і спеціальні мережеві проекти, створені з метою подальшого дослідження можливостей глобальної комунікації.[11]

Ігри «тісного світу». Серед любителів кіно відома гра «Шість кроків до Кевіна Бейкона»: потрібно знайти ланцюжок до Кевіна Бейкона від будь-якого іншого актора (причому не обов'язково сучасного, можна брати всю історію кінематографа). Ланцюжок будується за принципом «вони знімалися разом» і не повинна бути довше шести ланок. Цікаво, що привід для виникнення цієї гри дав сам Бейкон, в одному з інтерв'ю хвалькувато помітив, що ті, з ким він знімався, в свою чергу знімалися з усіма голлівудськими акторами. Інша схожа гра поширена серед математиків, вона називається «Число Ердеша». Власне число Ердеша – це кількість ланок в ланцюжку спільних робіт від заданого вченого до угорського математика Пола Ердеша, відомого величезною кількістю співавторських публікацій.[3]

І все-таки: науковий факт – чи міф. Сьогодні гіпотеза про «шести рукостискання» широко поширена. Вона популяризується в художніх фільмах, телешоу і інших явищах масової культури, принцип «тісного світу» наочно ілюструють соціальні мережі інтернету, та й сама по собі ідея доступності будь-якої людини дуже приваблива. Кому не хочеться бути «знайомим знайомого знайомого» англійської королеви чи Білла Гейтса, Джонні Деппа або Фіделя Кастро ..

Однак гіпотезу часто трактують неправильно: «я знайомий з будь-якою людиною на Землі через шість рукостискань» - так зазвичай говорять. Але «шість» - це середня довжина ланцюжка, і до якогось африканського пігмея, тибетського ченця або полінезійського рибалки може виявитися все десять або п'ятнадцять «рукостискань», якщо взагалі вдасться побудувати ланцюжок.

Стенлі Мілгрем відомий не тільки завдяки «тісній світу». У 1963 році він поставив і описав інший експеримент (названий згодом його ім'ям), досліджуючи готовність людей завдавати страждань іншим людям.

В експерименті брали участь троє: «вчитель» (власне випробовуваний), «учень» (актор, якого випробовуваний вважав таким же, як він сам, людиною з вулиці) і «авторитет» (дослідник). Випробуваному говорили, що це експеримент, який досліджує здатність до запам'ятовування; «Учня» садили в сусідню кімнату, потім «учитель» за списком давав йому мнемонічні завдання і в разі неправильної відповіді повинен був натиснути кнопку, щоб покарати «учня» електричним розрядом. З кожною наступною помилкою силу удару потрібно було збільшувати: перед «учителем» був цілий ряд кнопок, підписаних «Слабкий удар», «Удар середньої сили», «Обережно Удар, небезпечний для здоров'я », « XXX » тощо, і, крім того, було вказано напругу, від 15 до 450 В. Насправді ніякого електрики не було. Але кнопки натуралістично потріскували при натисканні, а актор- «учень» спочатку вигукував, потім починав лаятися, стукати в стіну, благав припинити тортури, плакав, а після найбільш сильних ударів замовкав – як би втрачаючи свідомість або вмираючи.

В обов'язки «авторитета» входило наполягати на продовженні експерименту, без загроз, без домовленостей і підкупів – просто нейтральним тоном говорити «продовжуйте, будь ласка» або що-небудь в цьому роді. Завданням експерименту було простежити, на якому «напрузі» випробуваний перестане підкорятися «авторитету».[6]

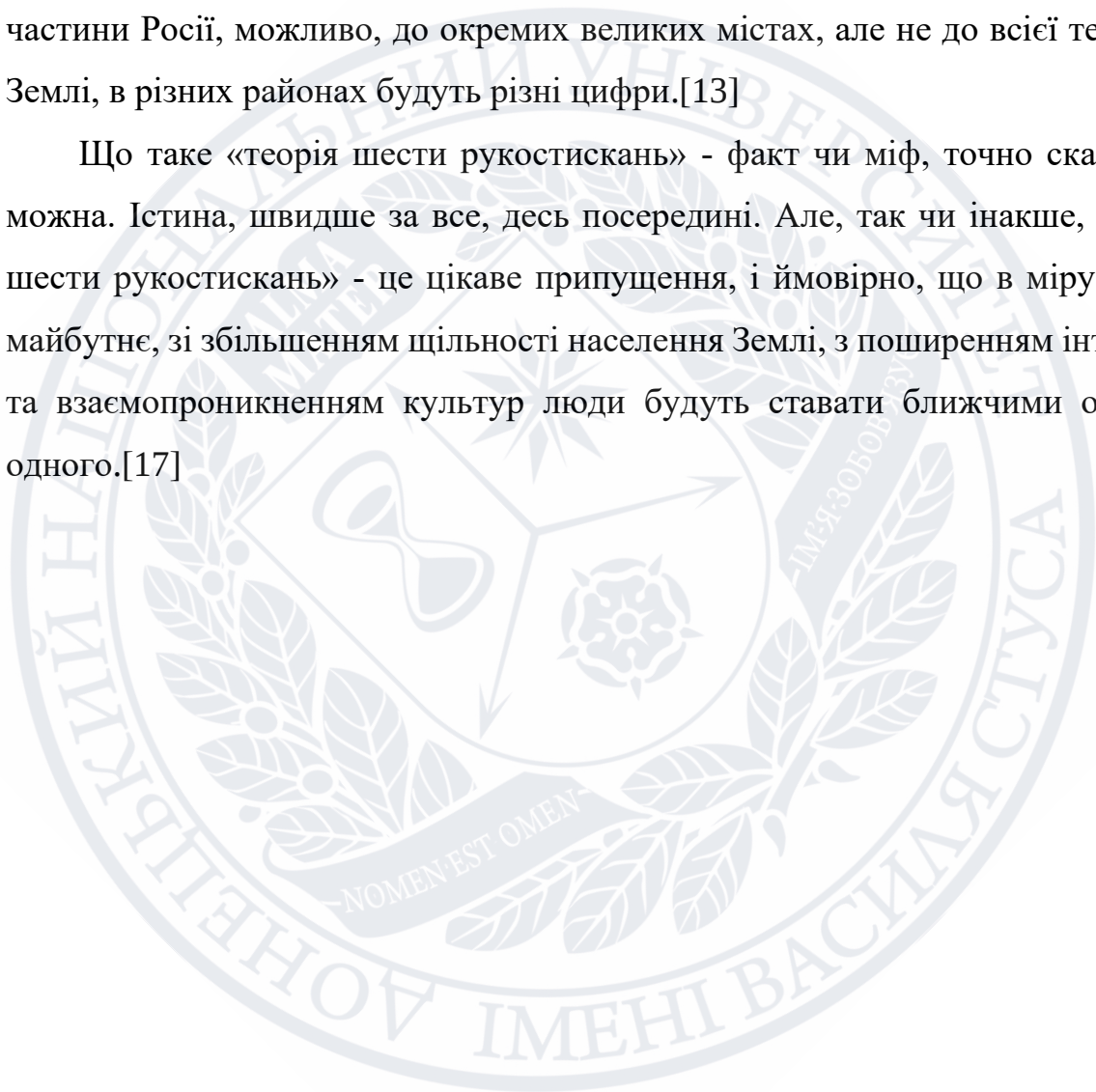
Передбачалося (до експерименту, причому Мілгрем опитав 39 психіатрів), що максимум 20% доведе напруга до половини шкали і навряд чи хто-небудь взагалі проведе езекуцію до кінця. Результати експерименту були вражаючі: з 40 досліджуваних все вийшло далеко за половину шкали, а 65% і зовсім добралися до 450 В. Згодом експеримент неодноразово повторювався в різних країнах і з різними учасниками, і всюди відсоток людей, готових йти до кінця, був від 61 до 66%.[9]

Друге поширена помилка, пов'язана з «тісним світом», - що вже через один-два рівня знайомств ми маємо доступ до величезного числа людей. У кожного з нас, припустимо, є горезвісні сто друзів, у кожного з яких ще по сто друзів і т. Д. Насправді людям властиво утворювати замкнуті групи: за місцем проживання, за родом діяльності або по роботі, по інтересам і захопленням, з політичних і релігійних поглядів, за освітнім рівнем і рівнем доходів ... але ждесь є і кастові системи з досить жорсткими межами. І якщо ґрунтовно взятися і порахувати, скільки всього у вас «знайомих знайомих», досить скоро виявляться кордону соціальної групи (або декількох груп), до якої ви належите, і стане видно, що на третьому рівні ви маєте доступ не до мільйона чоловік, як здавалося, а всього до декількох тисяч або десятків тисяч.

Крім помилок, що відбуваються від неправильного розуміння «теорії шести рукоштовань», недоліки притаманні і їй самій. Уже Фрідеш Карінтія в своїй розповіді зауважив, що людство не завжди було цілісним. Якщо Юлію Цезарю, писав Карінтія, прийшла б у голову думка зв'язатися з одним з жерців ацтеків або майя, які жили в Америці в один час з ним, то у нього нічого б не вийшло, неможливо було б побудувати між ними ланцюжок ні з п'яти, ні навіть з трьохсот ланок – за часів Цезаря Америка була невідома європейцям.

І зараз, в ХХІ столітті, світ далеко не так монолітний і пронизаний зв'язками, як можна було б припустити. Як і раніше існують замкнуті або практично повністю ізольовані від решти світу групи. Інтернет, який, здавалося б, скорочує зв'язку між людьми, насправді в різних частинах світу доступний дуже нерівномірно. Отже, результати експериментів, ці «шість рукостискань», можуть бути застосовні до Європи, до США, до європейської частини Росії, можливо, до окремих великих міст, але не до всієї території Землі, в різних районах будуть різні цифри.[13]

Що таке «теорія шести рукостискань» - факт чи міф, точно сказати не можна. Істина, швидше за все, десь посередині. Але, так чи інакше, «теорія шести рукостискань» - це цікаве припущення, і ймовірно, що в міру руху в майбутнє, зі збільшенням щільності населення Землі, з поширенням інтернету та взаємопроникненням культур люди будуть ставати ближчими один до одного.[17]



РОЗДІЛ 3

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ НЕТВОРКІНГУ В СУЧАСНИЙ СИСТЕМІ КОМУНІКАЦІЙ

3.1 Networking-зона

Як тільки люди перетинають поріг вашого заходу вони потрапляють в круговерт знайомих і незнайомих людей. Відмінна можливість розширити коло своїх контактів. Але багато людей бояться заводити нові знайомства, а деякі навіть не замислюються про таку можливість. Ваше завдання розповісти їм про це.

Ваш event буде набагато цінніше, якщо поряд з корисним контентом від спікерів, учасники зможуть завести нові цікаві знайомства, знайти однодумців, партнерів, інвесторів і клієнтів.

Почніть захід з виступу когось із організаторів або запрошеного нетворкера. Розкажіть учасникам про можливості нетворкінгу, про плюси нових знайомств і запропонуйте обмінятися візитками з сусідами по ряду. Найчастіше, люди можуть кілька днів просидіти поруч один з одним і навіть не познайомитися.

Насичену ділову програму слід розбавляти перервами. Щоб і ноги розім'яти, і дати можливість учасникам поспілкуватися один з одним. Найчастіше нові знайомства і активне спілкування виникають в зоні кава-брейку. Це не дивно, адже сюди стікаються потужні людські потоки.

Але ви можете додатково створити спеціалізоване простір для нетворкінгу на своєму заході. Воно може бути поруч із зоною кава-брейку або перебувати окремо. Щоб люди знали куди йти, позначте його покажчиками або об'ємними арт-об'єктами.

Ви повинні постаратися створити місце, де людям буде зручно обговорити якісь проекти, поспілкуватися в спокійній невимушеній

обстановці або, навпаки, зробити висновок серйозний контракт по угоді. Людина, що прямує в нетворкінг-зону, вже потенційно налаштований на спілкування і зустріч з людьми, готовим до нових знайомств.[10]

Приклад створення нетворкінг простору

Дайте людям інструменти для знайомства.

Встановіть Connecting Wall.

Запустіть мобільний додаток.

Нагадуйте людям про необхідність нетворкінгу.

Рисунок 3.1 – Нетворкінг простір.

У networking-просторі доцільно встановити пуфики, м'які диванчики для невимушеного спілкування, обладнати розетки для підзарядки гаджетів, поставити стіл з папером і офісним приладдям. Якщо є можливість виділити окремий кабінет – обладнайте також кімнату для переговорів, що забезпечує конфіденційність спілкування.

Дайте людям інструменти для знайомства.

Для кого-то мати при собі візитки – це очевидність, а хтось навіть не замислюється про їх необхідність. Крім того, візитки можна випадково забути вдома ... Коли виникає потреба обмінятися контактами, той, у кого не виявилось при собі візитних карток, відчуває себе досить незручно. Ви можете допомогти йому подолати цю незручність. Заготовте бланки візиток з порожніми полями і розкладіть їх на ресепшені, в зоні нетворкінгу або біля Connecting Wall. Тепер людині залишається тільки вписати своє ім'я, назву

компанії, телефон та е-мейл. Погодьтеся отримати таку візитку набагато приємніше, ніж записку на вирване аркуші з блокнота.[2]

Встановіть Connecting Wall. У нетворкінг-зоні або в іншому прохідному місці встановіть Connecting Wall. Це стенд, куди учасники зможуть прикріпити свою візитку і побачити контакти інших учасників. Встановлюйте «стіну контактів» таким чином, щоб до неї було зручно підійти. Ви можете запропонувати розміщувати візитки з певних тем (шукаю інвестора, пропоную роботу і т.д.) або кріпити картки довільно

Ви також можете обладнати пункт миттєвого друку візиток. Використовуйте Photo booth, автомат з завантаженими шаблонами візиток, або оператора з комп'ютером і принтером. Багато візиток учаснику друкувати не буде потрібно. Досить 5-10 карток. Тепер у нього в руках буде надійний інструмент для зав'язування знайомств.

Запустіть мобільний додаток. Якщо у вас є мобільний додаток, то повідомте про це учасникам заздалегідь. Це дозволить їм зареєструватися, створити свої профілі і надалі підтримувати спілкування під час заходу. Подбайте про стійкий Wi-Fi, щоб люди могли активніше включитися в нетворкінг. А для залучення ще більшої кількості учасників запропонуйте задавати питання спікерам за допомогою цього додатка.

Нагадуйте людям про необхідність нетворкінгу. Якщо люди, натхнені вашої мотиваційної промовою перед початком заходу, активно знайомляться і обмінюються контактами – це здорово Але практика показує, що люди часто не бачать всіх можливостей для нетворкінгу. Ви повинні їм допомогти в цьому.

Використовуйте телевізійні панелі, на яких виводите поради та рекомендації щодо встановлення знайомств. Якщо ви організовували попередню реєстрацію, то можете виводити на екран фото конкретних учасників із зазначенням їх контактів, компетенції та інтересів.

Мотивуючі картки з порадами по нетворкінгу можна розкласти на столах в зоні кава-брейку, на кріслах в залі. Можливо, для когось це буде дієвим

поштовхом до обміну контактами. Ведучому заходи перед кожним перервою варто акцентувати увагу учасників на можливість і цінність встановлення нових знайомств.[1]

Нетворкінг не зводиться виключно до професійного середовища. Адже корисні знайомства можуть бути і особистими. Таким чином виділяють два види нетворкінгу: соціальний і діловий. В рамках соціального нетворкінгу формуються особисті зв'язки (друзі, родичі, фахівці різного профілю).

Бізнес-нетворкінг спрямований на встановлення ділових контактів. Це один з економічних, але дуже ефективних інструментів реклами. Шукати потенційних покупців через знайомих і друзів можна абсолютно безкоштовно, до того ж це допомагає налагодити реалізацію продукції (послуг).

На підставі форм і методів взаємодії з людьми нетворкінг ділять на негативний і позитивний.

Негативний нетворкінг передбачає пошук знайомств виключно з метою отримання власної вигоди. При такому розкладі ви нічого не віддаєте людині, а просто користуєтеся їм для досягнення своїх цілей.

Позитивний нетворкінг передбачає ваше бажання віддавати: ви ділитесь з людиною своїми знаннями і досвідом, намагаючись бути йому корисним.

Щоб вибудувати міцні нетворкінг-зв'язку, які протягом тривалого часу залишатися корисними, необхідно поєднувати обидва види взаємодії. Інакше кажучи, потрібно вибудовувати взаємовигідне спілкування: ви отримуєте і віддаєте в відповідь.

Вам можуть попастися такі люди, які просто «сядуть на шию», нічого не даючи взамін. Рано чи пізно подібне спілкування вам набридне.

Як організувати власний нетворкінг-захід? Зрозуміло, можна відвідувати різні зустрічі і конференції, щоб займатися нетворкінгу. Однак чому б не організувати власний захід? Так ви зможете більш стратегічно вибудовувати ефективні відносини, адже ви, як організатор, будете контролювати всі нюанси: від списку гостей до місця зустрічі. Таким чином ви як би отримуєте «кредит» за зв'язки, які ваші гості встановлюють один з одним.[16]

Відразу ж виникає питання «Кого запрошувати». Багато переживають за список гостей, тому що не знають, порозуміються люди один з одним, чи буде взагалі зустріч їм цікава. Важливо розуміти, що «ідеальної комбінації» не існує. Однак є деякі рекомендації, які допоможуть зібрати разом потрібних людей і зробити зустріч дійсно захоплюючою.

Порядок організації власного нетворкінг-заходу представлено на рис. 3.2.

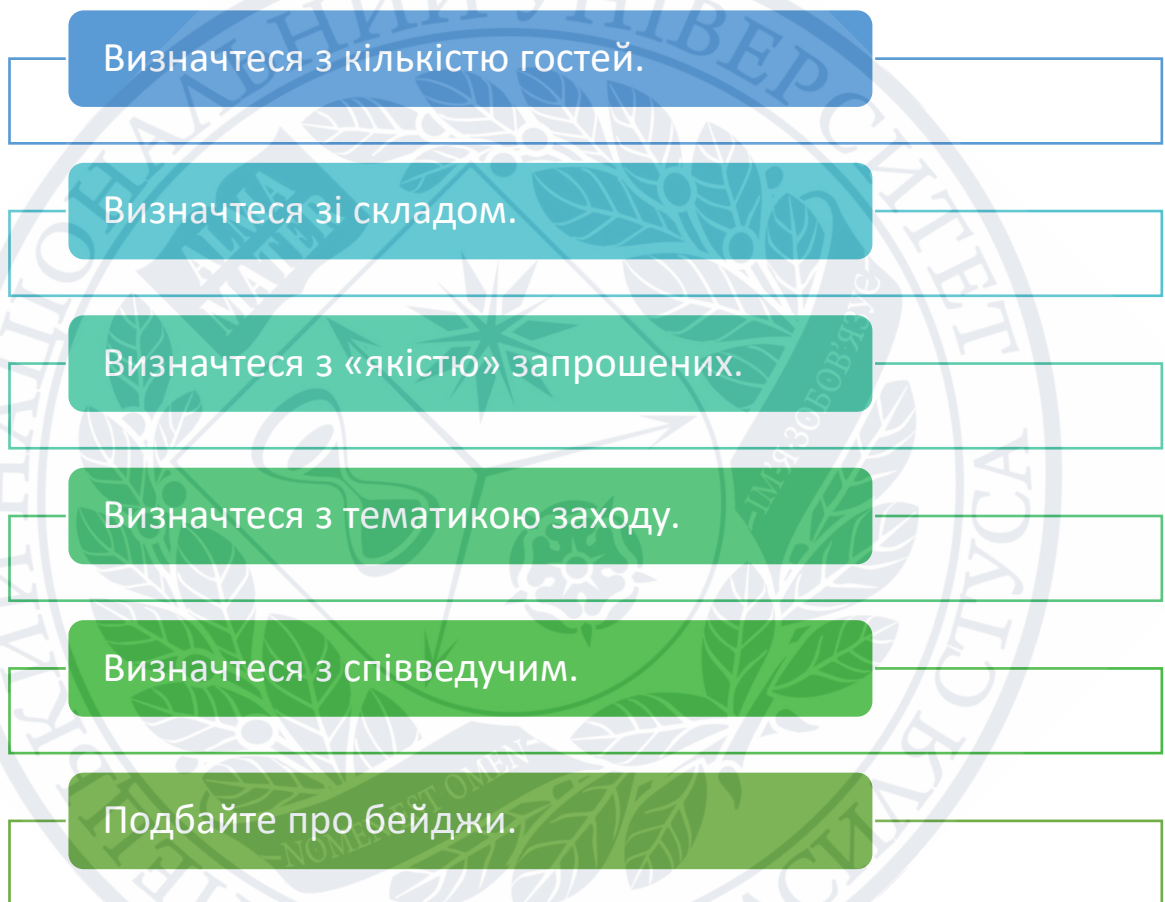


Рисунок 3.2 – Організація власного нетворкінг заходу.

Необхідно визначитися з кількістю гостей. Не варто забувати про таке важливе питання, як кількість запрошених гостей. Не складайте більше 12 людей, так як з великим числом учасників події буде проблематично вибудувати єдиний розмову. Якщо ж ви взагалі перший раз пробуєте самостійно організувати нетворкінг-зустріч, краще взагалі зупинитися на маленькій групі з 6-8 чоловік.

Визначтеся зі складом.

До складу групи мають увійти люди, які будуть цікаві один одному, мати спільні цінності, знання, погляди, загальну сферу діяльності і так далі. Крім того, люди повинні бути знайомі. Наприклад, якщо в групі з восьми чоловік шестеро добре знайомі, а двоє не знають нікого з тих, хто прийшов – це буде катастрофа. Поки старі приятелі будуть весело і невимушено спілкуватися, новачки просто залишаться осторонь. Ви, як організатор, повинні подбати про те, щоб всі, хто прийшов перебували в рівних умовах.

Визначтеся з «якістю» запрошених. Не забудьте врахувати і особистості запрошених. Для групових заходів не підійдуть люди, яких «багато», які вважають за краще домінувати при спілкуванні, говорити на пріоритетні виключно для них теми. Намагайтеся створити відмінну динаміку групи в цілому, «змішуючи» цікавих людей.

Визначтеся з тематикою заходу. Подумайте над темою зустрічі. Так ви зможете однозначно забезпечити всім учасникам цікавий і продуктивна розмова. Ви зможете зібрати навіть незнайомих людей, які мають щось спільне (всі працюють в одній сфері, наприклад). Хоча насправді високоефективні професіонали також дуже люблять зустрічі з людьми поза ними професії. Адже не кожен день зайнятої керівник може дозволити собі спілкування, наприклад, з коміком або людиною мистецтва.

Визначтеся з співведучим. Якщо ви розумієте, що не знаєте стільки людей, щоб організувати подію, то зверніться за допомогою до знайомого з широкою соціальною мережею. Така людина щось на кшталт «сполучної ланки» або «коннектора» у вашому житті. Ви можете попросити його про організаційну допомогу, зробити його співведучим. Так ви знімете напругу, адже удвох відповідати за зустріч набагато легше. Але тут дуже важливий момент – правильний вибір партнера.

Нетворкінг – сильний інструмент, що дозволяє домогтися успіху в бізнесі. Однак далеко не всі професіонали організують подібні заходи, тому що не знають, з чого потрібно починати. Зазначені вище поради допоможуть вам поглибити робочі відносини з цікавими і корисними людьми.

Подбайте про бейджи. Іменні бейджи допомагають людям спілкуватися. Коли люди можуть звернутися один до одного по імені, у них з перших хвилин створюється враження, що вони вже знайомі.

Але якщо ви вкажете на бейджі не тільки ім'я, але і назва компанії, галузь або сферу діяльності учасника, це підвищить вибірковість до спілкування і конверсія корисних контактів стане вище. Учасник, розглядаючи бейджи, відразу буде бачити: з ким і про що говорити. З великої кількості людей він зможе вибрати того, хто йому найбільш корисний зараз, і кому він може дати відповідь цінність.

Ви можете також використовувати кольорові бейджи для поділу учасників за категоріями: ЗМІ, партнери, організатори, спікери. Або на міжгалузевій конференції розділити учасників за сферами: синій-маркетинг, жовтий-страхування, зелений-банки, червоний-власники бізнесу.

Все це допоможе людям простіше зорієнтуватися в загальному потоці – з ким починати вести діалог. Розшифровку квітів можна нанести на зворотну сторону бейджа або вказати в програмі заходу. Але не захоплюйтеся. Більше 5 кольорів заплутає учасників.[13]

Обладнати нетворкінг-зони. Познайомитися на заході можна де завгодно. Стійка реєстрації або гардероб, курилка або зона кава-брейку можуть стати місцем встановлення нових контактів. Але не всі учасники готові легко завести розмову з незнайомцем.

Створіть спеціальні зони, призначені для нетворкінгу. Люди, приходячи в такий простір відчують себе набагато розкутіше і впевнені, що знаходяться в ньому люди теж схильні до спілкування і нових знайомств.

Це може бути простір з барними столами або окрема кімната, позначена покажчиками «зона нетворкінгу».

Приклад зони призначеної для нетворкінгу представлено на рис. 3.3.

Там же можна встановити зарядні станції для мобільних пристроїв, що приверне людський потік. А поки телефон або ноутбук заряджаються – буде час для спілкування.

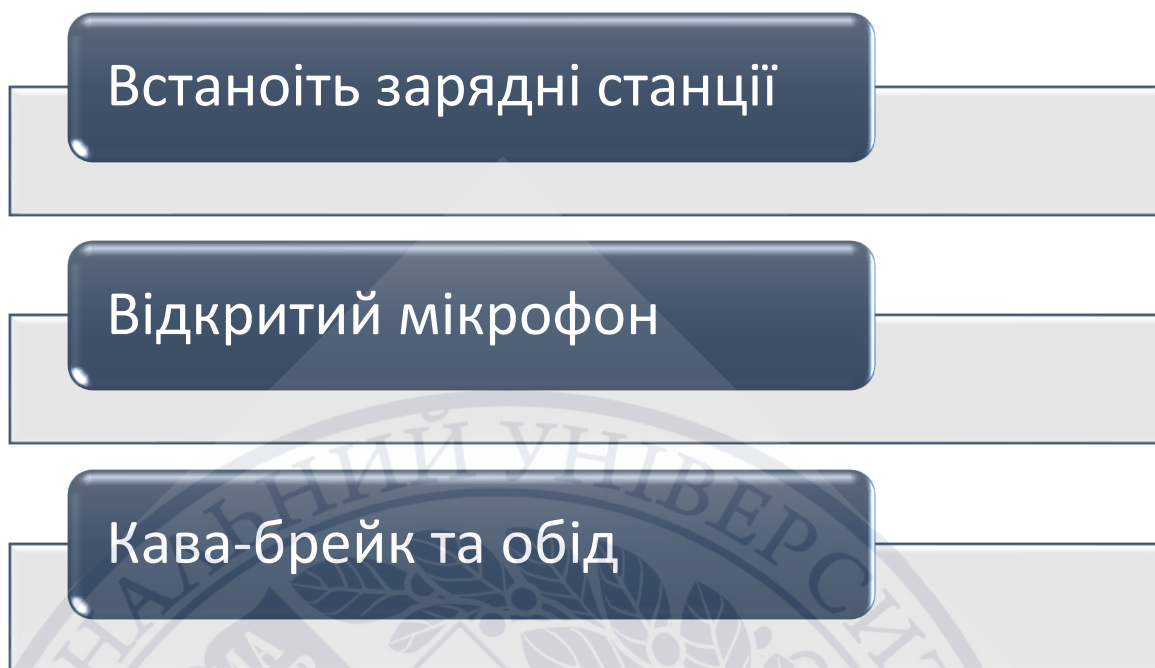


Рисунок 3.3 – Створення зони для нетворкінгу.

Чим менше і затишніше простір, тим простіше учасникам комунікувати. У великому залі є небезпека, що люди розбредуться «по стінках» і не зможуть побороти страх спілкування.

Відкритий мікрофон. Надайте людям можливість розповісти про себе. Встановіть мікрофон і запропонуйте учасникам протягом хвилини презентувати себе. Жорсткий тимчасовий регламент – важливий фактор, який дасть динаміку і інтерес з боку інших учасників. Доступ до мікрофона можна дати у вигляді бонусу за відповіді на вікторину або по випадково витягнутій візитці, які зібрати заздалегідь з бажаючих заявити про себе.

Кава-брейк та обід. Експерт з нетворкінгу Кейт Феррацці в своїй книзі закликав: «Ніколи не їжте поодиночки» Ось чому час перерв так корисно для знайомств. За чашкою кави або ланчем можна і завести нові контакти, і обговорити поточні справи. Але якщо перерва короткий, то час для спілкування зовсім не залишається. Тому при плануванні програми приділяйте увагу тривалості перерви, щоб учасники заходу мали змогу встигнути поспілкуватися один з одним, а не тільки відстояти в черзі за сендвічем або в туалет.[13]

3.2 Результати опитування «Ваш рівень в нетворкінгу»

Щоб рухатися далі і не озиратися назад, потрібно чітко розуміти відправну точку руху. Тому я пропоную визначити вашу відправну точку в нетворкінгу, щоб оцінити поточний стан речей.

Я легко знаходжу спільну мову з незнайомими мені людьми.

Щотижня у мене з'являється кілька нових знайомих.

Коли я представляюся незнайомій людині, я роблю це абсолютно по-іншому, ніж всі.

Я щотижня роблю розсилку новин і / або корисної інформації списку своїх знайомих.

Я завжди запам'ятовую імена, особи та цінності людей, яких зустрічаю.

Я легко прошу про допомогу моїх знайомих, коли я в ній потребу.

Я завжди ділюся своїми контактами і знаннями зі знайомими і малознайомими людьми, щоб їм допомогти.

Я регулярно публікую свої статті / пишу експертну думку в спеціалізовані видання.

Я регулярно виступаю перед цільовою аудиторією на бізнес-ланчі, конференціях та інших заходах.

До мене регулярно звертаються незнайомі люди за допомогою.

Рисунок 3.4 – Запитання для тестування рівня в нетворкінгу

Отримані зараз результати тесту можна буде порівняти з результатами повторного його проходження після прочитання книги. Це один із способів оцінки ефективності використання методик і порад.

Було розроблено 5-хвилинне тестування рівня в нетворкінгу, закінчивши яке, відразу ж зможете дізнатися результати. Виберіть відповідні вам варіанти відповідей: ніколи – 1 бал, рідко – 2 бали, іноді – 3 бали, часто – 4 бали, завжди – 5 балів. Питання для тестування рівня в нетворкінгу представлено на рис. 3.4.

Було проведено опитування серед 13 осіб для тестування рівня нетворкінгу. Результати опитування представлено на рисунках 3.5 – 3.9.

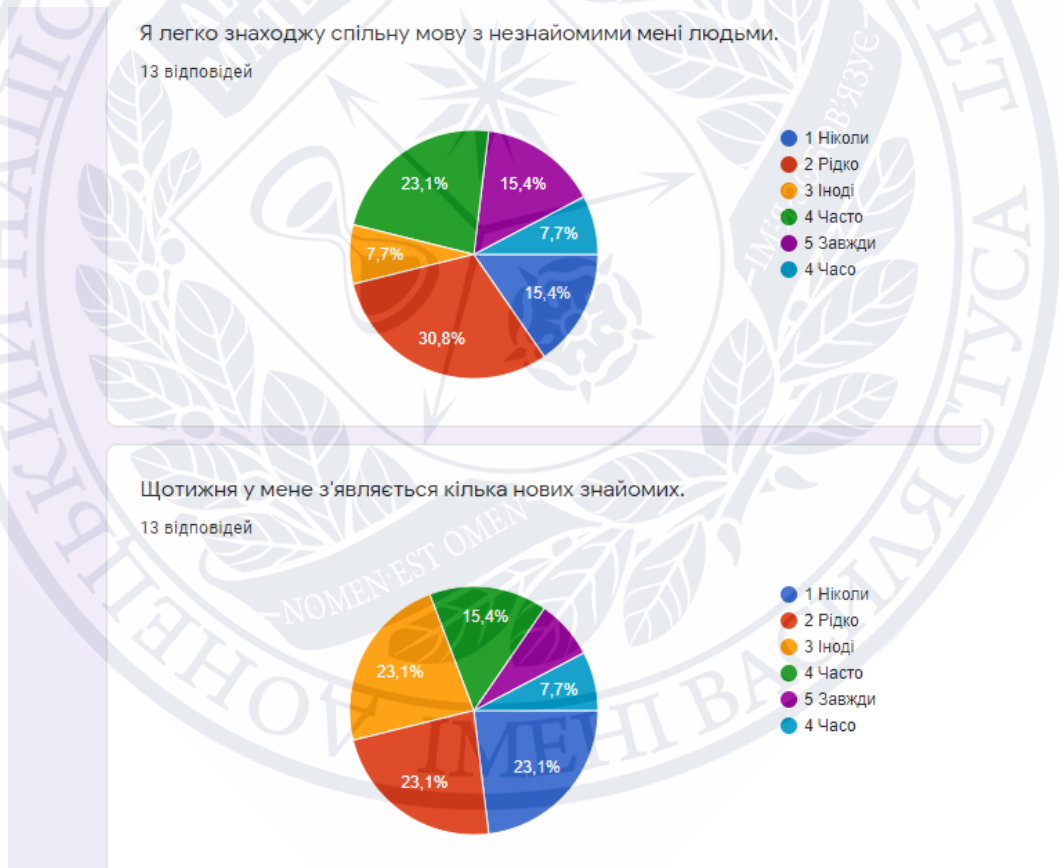
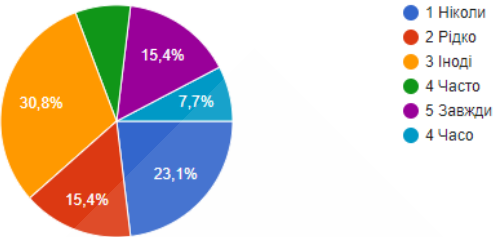


Рисунок 3.5 – Результат відповідей до 1,2 питання.

Коли я представляюся незнайомій людині, я роблю це абсолютно по-іншому, ніж всі.
13 відповідей



Я щотижня роблю розсилку новин і / або корисної інформації списку своїх знайомих.
12 відповідей

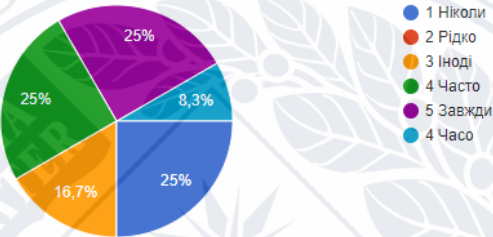
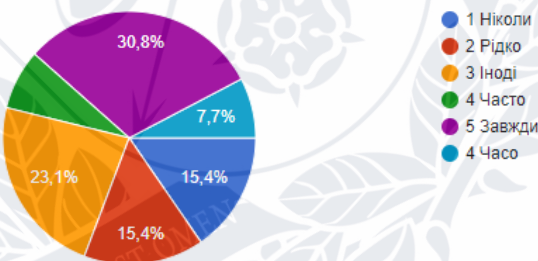


Рисунок-3.6 - Результат відповідей до 3,4 питання.

Я завжди запам'ятовую імена, особи та цінності людей, яких зустрічаю.
13 відповідей



Я легко прошу про допомогу моїх знайомих, коли я в ній потребую.
13 відповідей

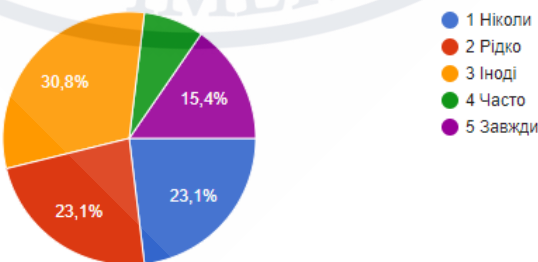
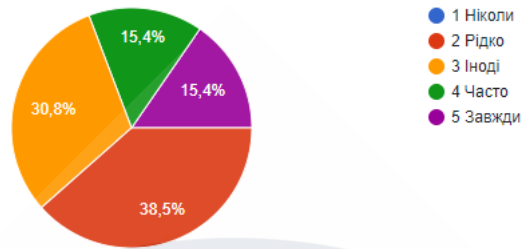


Рисунок-3.7 - Результат відповідей до 5,6 питання.

Я завжди ділюся своїми контактами і знаннями зі знайомими і малознайомими людьми, щоб їм допомогти.

13 відповідей



Я регулярно публікую свої статті / пишу експертну думку в спеціалізовані видання.

13 відповідей

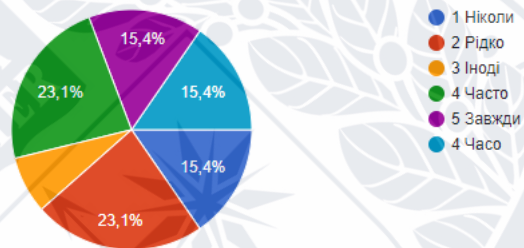
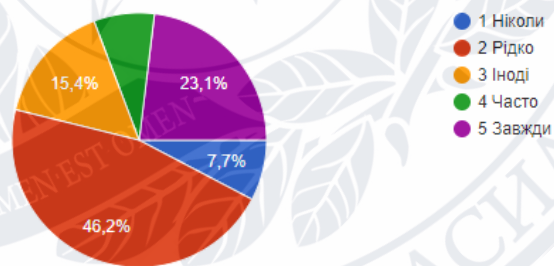


Рисунок-3.8 - Результат відповідей до 7,8 питання.

Я регулярно виступаю перед цільовою аудиторією на бізнес-ланчі, конференціях та інших заходах.

13 відповідей



До мене регулярно звертаються незнайомі люди за допомогою.

13 відповідей

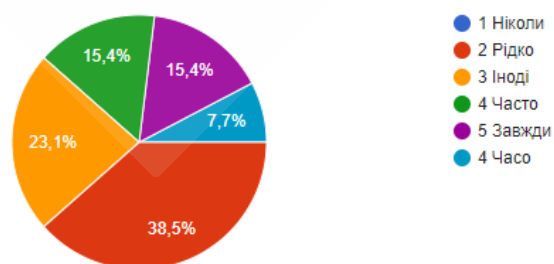


Рисунок-3.9 - Результат відповідей до 9,10 питання.

Отже, ми з'ясували приблизно, на якому рівні знаходиться нетворкінг зараз. Як же продовжити роботу щодо підвищення його ефективності

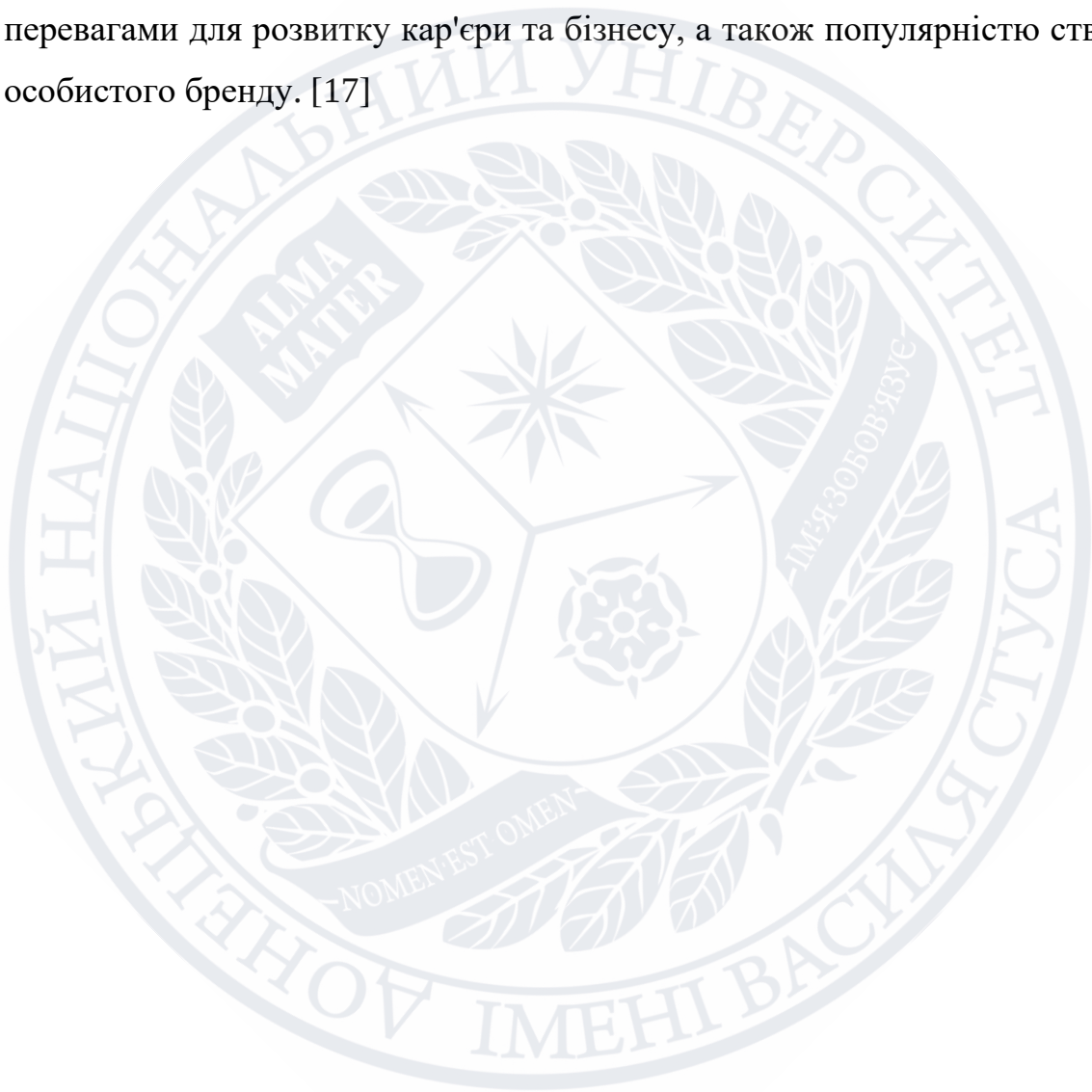
З чого почати. Найефективніший спосіб подолати свої страхи - піти їм назустріч. Випишіть список своїх страхів («публічні виступи», «вітання», «спілкування з незнайомими людьми», «здатися смішним», «несерйозно сприймуть» і т. Д.) І подумайте, як ви можете ці страхи подолати. Наприклад, якщо ви боїтеся виступати публічно, обов'язково запишіть свій страх на аркуші паперу і продумайте, яким способом ви будете з ним боротися. Обов'язково потрібно читати спеціалізовану літературу. В області публічних виступів і лідерства щиро рекомендую вам Робіна Шарма і Радислава Гандапаса. У їхніх книгах і тренінгах можна знайти масу практичних інструментів і методик. Після прочитання книг зробіть для себе «чек-лист боротьби зі страхом». І починайте практикуватися, незважаючи на труднощі і побоювання. Для початку розкажіть історію перед всією сім'єю. У вас це вийшло Відмінно Тепер додайте до них друзів і розкажіть нову історію або поділіться цікавими новинами.

Далі ви можете виступити перед однокласниками, колегами по роботі. Просіть співрозмовників чесно оцінювати ваш рівень і вказувати на недоліки. Конструктивно сприймайте критику і оперативно корегуйте свій підхід. Ви побачите, як впевненість приходить сама по собі, а хвилювання відступає. Глибока помилка - вважати, що страх коли-небудь повністю пройде. Такі почуття будуть присутні постійно, так вже влаштована людська психологія. Але сила цих почуттів помітно знизитися, і ви зможете більш чітко контролювати свій виступ. А це дуже важливо Але під час бесіди або будь-якого виступу необхідно враховувати особистість співрозмовника. Зокрема, його менталітет.[4]

Нетворкінг - це побудова власної мережі контактів, які можуть бути як особисті (рідні, друзі, знайомі, перукар, стиліст і т.п.), так і професійні (колеги, партнери по бізнесу, клієнти, постачальники).[3]

Особистий і професійний нетворк запросто можуть перетинатися, і тоді ми ведемо бізнес з друзями, або наші ділові партнери переходять в коло близьких. Професійна сфера, звичайно, впливає, але головне тут - власні переваги і бажання змішувати ділові та особисті контакти.

Поточний тренд на суміщення ділових і особистих контактів продиктований не тільки високими ритмом сучасного життя, а й очевидними перевагами для розвитку кар'єри та бізнесу, а також популярністю створення особистого бренду. [17]



ВИСНОВКИ

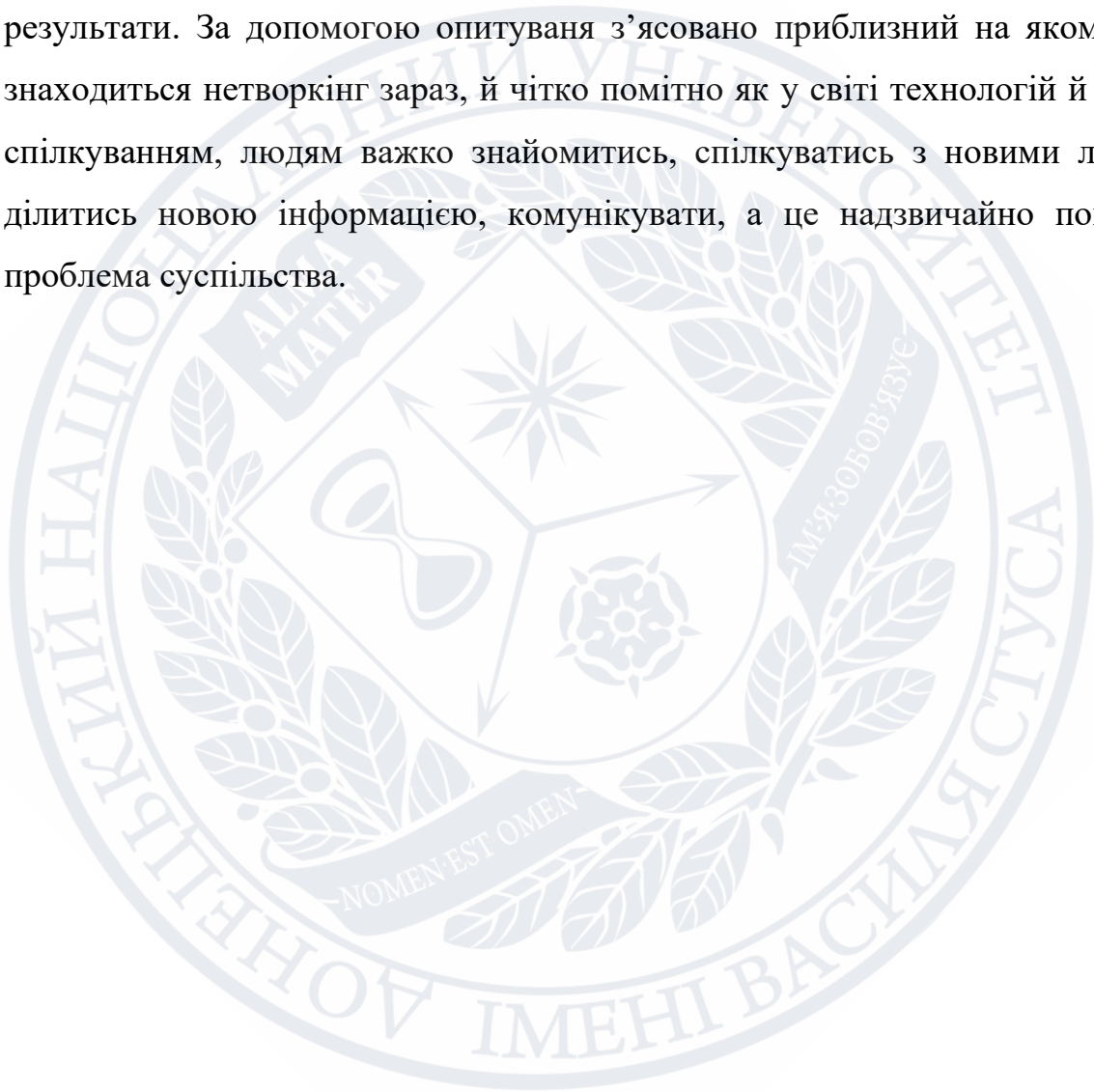
Основним завданням бакалаврської роботи показати цінність та значну роль нетворкінгу не тільки в Україні а й в усьому світі; дослідити правила використання нетворкінгу; розкрити недоліки та переваги нетворкінгу; дослідити стан розвитку нетворкінгу; охарактеризувати діяльність нетворкінгу у різних суспільних та культурних сферах життя суспільства; дослідити перспективи розвитку нетворкінгу.

1. Дослідивши теоретичні основи нетворкінгу, визначення, місце нетворкінгу в сучасному суспільстві, процес встановлення і утримання цінних зв'язків. можна дійти висновку, що нетворкінг – це вирішення тих чи інших питань за допомогою залучення людей та нових знайомств. Для декого це примусова та не дуже приємна річ, але якісне коло колег, заощаджує для вас і кошти, і час, і зусилля. Нетворкінг корисний у всіх сферах діяльності, а особливо там де потрібно встановити довірливі відносини, від пошиття одягу до економічної діяльності. Процес нетворкінгу ідентичний процесу вибудовування відносин між партнерами по бізнесу. Міцні, надійні відносини між партнерами в бізнесі формуються тільки тоді, коли їх співпраця взаємовигідна і в ньому зацікавлені обидві сторони.

2. Розглянувши переваги та недоліки нетворкінгу, зрозуміло, що існує три загальних типи вибудовування мережі корисних знайомств, тобто нетворкінгу. Перший – позитивний, тобто більше віддаємо ніж отримуємо, прагнення стати корисним для нових знайомих. Негативний нетворкінг або ж по іншому «я тільки забираю», тобто я не віддаю. А також існує третій тип - змішаний нетворкінг або по іншому «я віддаю і я забираю», тобто це є золотою серединою з двох типів– бути корисним і отримувати користь. Для покращення нетворкінгу існує ряд порад для його ефективності, які детально описані в другому розділі бакалаврської роботи. Отже, дослідивши переваги та недоліки пам'ятати й розуміти, що отримати, не віддаючи нічого натомість не вийде, дійсно ефективно тільки варіант взаємодії на однаковому рівні. А це

означає, що пропонуючи необхідно продумати все за себе і за партнера, і тільки в цьому випадку можна розраховувати на те, що взаємодія все таки відбудеться.

3. Дослідивши поняття нетворкінг, його організацію в сучасній системі, було створено 5-хвилинне опитування для осіб, які хочуть дізнатись який у них рівень нетворкінгу, закінчивши його одразу можна дізнатися результати. За допомогою опитування з'ясовано приблизний на якому рівні знаходиться нетворкінг зараз, й чітко помітно як у світі технологій й онлайн спілкуванням, людям важко знайомитись, спілкуватись з новими людьми, ділитись новою інформацією, комунікувати, а це надзвичайно поширена проблема суспільства.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кравцов А.Л. Следующий уровень. Книга для тех, кто достиг своего потолка. М.: МИФ, 2019. 256 с.
2. Бабушкін О., Смагін І. Ефективний нетворкінг Як прокачати корисні зв'язки для успіху в бізнесі і житті. 2020. 140 с. URL: <https://www.litres.ru/aleksey-babushkin/effektivnyy-networking-kak-prokachat-poleznye-svyazi-dlya-uspeha-v-biznese-i-zhizni/chitat-onlayn/>
3. Чернов М. Из связей – в князи или современный нетворкинг по-русски. М.: Альпина Паблишер, 2018. 158 с.
4. Різак Дарсі. Связи решают все! Правила позитивного нетворкинга М: Альпина Бизнес Бук, 2012. 208 с.
5. Бугаев Л.В. Мобильный нетворкинг. Как рождаются деловые связи. СПб.: Питер, 2013. 192 с.
6. Зак Дебора. Нетворкинг для интровертов. Пер. с англ. Е. Бузникова. М.: Альпина Паблишер, 2012. – 208 с.
7. Феррацци К., Рез Т. Никогда не ешьте в одиночку и другие правила нетворкинга. Пер. с англ. С. Борич. М.: МИФ, 2011. 344 с.
8. Петерс Г. Новый код нетворкинга. М.: Альпина Паблишер, 2018. 160 с.
9. Берт Андерсон: «Правильные знакомства. Нетворкинг без секретов». АВ Publishing; М.; 2013. 38с .
10. Бабушкин А. Как организовать нетворкинг. И повысить ценность мероприятия. 2018. 110 с.
11. Пантелеева Е. Нетворкинг. URL: <https://bowandtie.ru/networking/>
12. Фартович Д. Що таке нетворкінг простими словами. URL: <https://fintramplin.com/networking/>
13. Сом С. Монетизація Бізнес. URL: <https://nv.ua/ukr/biz/experts/networking-hto-i-yak-povinen-spilkuvatisya-vid-imeni-kompaniji-50069579.html>

14. Нетворкінг: Все Про Те, Як Завести Корисні Знайомства URL: <https://uk.mazorhomes.com/3812-networking-all-about-making-good-contacts.html>
15. Феррацці К. Рез Т. Ніколи не їжте поодиноці і інші правила нетворкінгу *Психологіс*. URL: <http://psychologis.com.ua/nikogda ne eshte v odinochku i drugie pravila netvorkinga k. ferraccizpt t. rez.htm>
16. Брич В. Я., Снігур Х.А. Нетворкінг: поняття та особливості застосування в управлінні персоналом *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 5. С. 108-111. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2017_5_21.
17. Завадська О. М. Нетворкінг бізнесу: поняття та особливості *Економічні науки. Серія : Регіональна економіка*. 2019. Вип. 16. С. 18-23. - URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnre_2019_16_4