

Крутиков В.К., Зайцев Ю.В., Ефимова И.Е., Цоп-Петрова И.

НЕТВОРКИНГ - КРЕАТИВНЫЙ НАВЫК, СОЕДИНЯЮЩИЙ ИДЕИ С РЕСУРСАМИ

Аннотация: Складывающаяся современная ситуация требует разработки новой парадигмы поведения людей. Исходя из этого, необходимо думать и действовать масштабнее, принимать более обоснованные системные решения, ориентированные на человеческие аспекты сознания.

Сегодня все чаще можно встретить алгоритмы поведения людей, которые, становясь субъектами управления, ответственными за все происходящее вокруг, формируя при этом новый тип организации жизни человечества.

В настоящее время нетворкинг становится важной, перспективной составляющей предпринимательской деятельности. В статье приводится определение, и рассматриваются краткие характеристики правил нетворкинга, соблюдение которых помогает знакомиться с людьми, строить отношения и создавать новую базу партнеров и потенциальных клиентов.

Ключевые слова: новая парадигма, алгоритмы поведения людей, этика предпринимателей, нетворкинг, предпринимательство, установление контактов, взаимность, достижение успеха.

Необходимость разработки новой парадигмы

Согласно современным научным представлениям, наш мир состоит из трех базовых, связанных между собой сущностей: нечто движущееся (вещество), нечто движущее (энергия) и нечто организующее и постигающее (информация). Условно соотношение этих сущностей называют «моделью матрешки», поскольку они различны по размерам и как бы вложены друг в друга.

По мнению исследователей, основу нашего существования составляет материально - энергетическая среда или физический мир (W), в котором правят достаточно изученные законы – законы неживой природы. Среди них выделяется, имеющий сущностное значение, «закон законов» - закон возрастания энтропии, суть которого такова: в замкнутых системах идут процессы, направленные на возрастание энтропии. В неживой природе все происходящее направлено на минимизацию свободной энергии, рассеивание энергии, упразднение движения, на уравнивание всего и вся.

В рамках среды функционирует биосфера – система живых объектов (L). Суть каждого живого объекта одна – стремление выжить. Находясь в безбрежном, разрушительном неживом мире, он постоянно борется за свое существование. Для этого он собирает свободную энергию. Каждый живой объект любой ценой стремится получить максимальное количество энергии, удержать ее, чтобы в нужное время и в нужном месте расходовать ее для своего самосохранения. Вектор деятельности живого объекта (инстинкт самосохранения) направлен только на ту деятельность, которая благоприятствует его жизни или продолжению жизни в его потомках.

Все живое существует по всеобщим биологическим законам стяжательства. Стяжательство - фундаментальное свойство живого организма. Стремление выжить есть объективный закон живого мира, отменить его, игнорировать в принципе невозможно.

В тоже время, в биосфере имеется единственный в своем роде тип живого организма – человек разумный (H), обладающий смыслом (разумом). Благодаря этому человек в рамках объективных законов неживой природы, может осознанно выбирать траекторию своей деятельности. Все три сущности вложены друг в друга: H – L – W. Каждая более узкая система должна действовать в рамках устанавливаемых законами

более широкой системы. Но человек в своей разумной деятельности может, как бы оттеснять действия характерного для биосферы закона стяжательства.

Ученые считают, что найти различие между эволюцией биологических и социальных систем в энергетическом аспекте невозможно, так как социальные системы – это в первую очередь, биологические системы. Поэтому они следуют одному императиву – выжить. Выжить путем накопления энергии. И поскольку энергия циркулирует в экономике в виде денег, то любая экономическая система следует правилу – прибыль превыше всего. [1., 5.]

То есть в основе современной экономической жизни лежит закон стяжательства. Происходит подчинение человеческой сущности людей их животному началу. Инерционное движение мира в этом направлении ведет человечество к катастрофе. Показательным подтверждением этому служат повторяющиеся финансово – экономические кризисы, войны, эпидемии.

Складывающаяся современная ситуация требует новой парадигмы поведения людей. Исходя из этого, необходимо думать и действовать масштабнее, принимать более обоснованные системные решения, ориентированные на человеческие аспекты сознания. Следует отказаться от движения, осуществляемого под воздействием животных инстинктов. Подобное движение обеспечивает на определенном историческом отрезке времени эффективный, с позиции финансово-хозяйственных показателей, результат, но в конечном итоге, губительно. [2.]

Новая парадигма призвана принести новые плоды, открыть новые горизонты развития, обеспечить переход человечества на иной цивилизационный уровень.

Реальная практика формирования нового типа организации жизни

В реальной социально-экономической жизни сегодня все чаще можно встретить людей, которые становятся субъектами управления, формирующими новые типы организации жизни человечества. Типы, способные обеспечить каждому полную свободу личной инициативы, доступ к современным информационным потокам, удовлетворение материальных и духовных потребностей.

В основе их жизненного пути лежит следующий алгоритм, сформулированный основателем крупнейшей американской компании «Apple Inc» Стивеном Полем Джобсом: «Быть самым богатым человеком на кладбище для меня не важно. Ложиться спать с мыслью о том, что ты создал что-то прекрасное - вот, что имеет значение для меня». В миллиардере Стиве Джобсе соединились максимализм в работе и минимализм в личной жизни, качества, позволившие ему предугадать мечту потребителя, и соединить технологии и эстетику. Выступая философом жизни, он утверждал: «Я бы обменял все свои технологии на встречу с Сократом». Он смог подняться над законами стяжательства и вывести человечество на новый цивилизационный уровень. [4.]

Еще одним ярким примером выступает жизнь «Божественного кулиара», как его окрестила пресса, Бернара Луазо. "Моей целью было стать великим гастрономом, как футболисты мечтают стать Роналдо или Пеле", - говорил Б. Луазо, чьи вкусы и изобретательность, постоянные новшества делали пищу сказочной. [6.]

«Золотой берег» был единственным во Франции рестораном экстра-класса, работавшим все 365 дней в году. Не было выходных и у его шеф-повара. Спал Луазо не больше пяти часов в сутки, не был на отдыхе около 20 лет. Мэтр утверждал: «Люди хотят веселья. Если у моих посетителей какие-то проблемы, я должен поднять им настроение». И к нему приходили, как к близкому другу.

«Божественный кулинар» внес в бизнес современные инновационные подходы, сформировал свою личную торговую марку, организовал систему торговли кулинарными секретами, как технологическими инновациями. Создал сеть продовольственных, сувенирных магазинов и ресторанов. Открыл бутик, главным содержанием которого является воспитание вкуса к жизни, для которой нет мелочей. Он издал миллионными тиражами кулинарные книги, которые публикуются в Европе, США, Японии. Первым из рестораторов Франции вывел свою компанию на биржу.

Открытый для прессы, любимый публикой, отмеченный орденом Почетного легиона, он стал настоящей иконой стиля в гастрономическом и кулинарном «храме».

В подарок людям «Божественный кулинар», оставил после себя богатое наследие кулинарных традиций и секретов, удачные вкусовые находки. Смелость и новаторство его творений бережно сохраняются.

Стиву Джобсу удалось определить конструктивную идею, объединяющую современных первопроходцев: «Чаще всего люди не понимают, что им на самом деле нужно, пока сам им этого не покажешь». [4.]

Нетворкинг в гармонизации отношений: предпринимательство

Одной из современных конструктивных идей, реализаций которой помогает предпринимателям добиться успеха, является нетворкинг.

В основе этого понятия лежит так называемая теория шести рукопожатий, разработанная в 1960-х годах американским социологом Стенли Милгрэмом и психологом Джеффри Трэверсом. Суть её в том, что каждый из нас опосредованно знаком с любым другим жителем планеты через цепочку общих знакомых. В современной литературе дается несколько дефиниции нетворкинга. Приведем некоторые из них: «Нетворкинг это процесс сбора хранения и распространения информации полезной для вас и людей в вашей сети» (D. Fisher, S. Vilas), «Нетворкинг это искусство продвижения достижений других лиц» (R. Frishman, J. Lublin), «Нетворкинг является образованием сообщества которое опирается на принцип щедро давать и объединяет профессионалов своей области» (R. Frishman, J. Lublin), «Нетворкинг это образование взаимовыгодных отношений» (H.S. Khalsa), «Нетворкинг обозначает установление контакта между людьми, соединение идеи с ресурсами» (J. Lipnack, J. Stamps). [7. - 12.]

Искусство нетворкинга заключается в поиске, и прежде всего в поддержании контактов с людьми, с которыми можно познакомиться на конференциях, семинарах, тренингах, выставках. Не забывая также о таких очевидных пользах из этих встреч, как получение новых знаний и обмен опытом. Бизнес - нетворкинг обозначает взаимный обмен ресурсами, информацией, предоставление поддержки и помощи.

Идея нетворкинга предусматривает наличие «связей и контактов», которые являются значимыми для данной профессиональной деятельности. Сеть деловых контактов может опираться на традиционные отношения дружбы и симпатии, или проявляется только в сфере бизнеса, причем обе эти области должны пересекаться и дополнять друг друга.

Нетворкинг открывает перед предпринимателем или предприятием возможности, которые нельзя достичь в одиночку. Сеть «знакомств» позволяет не только быстро получить необходимую информацию, но и создает возможность получить совет или поддержку в случае затруднений. Обширная сеть контактов позволяет, в случае необходимости, найти нужного человека и рассчитывать на чью-либо помощь.

К наиболее важным характеристикам нетворкинга можно отнести: долгосрочность контактов (чем дольше знакомства, тем более надёжная основа для контакта); систематичность (поддержание знакомства более ценно, чем его установление); доверие (никто не даст рекомендации человеку, которому не доверяет); взаимность (чтобы получать, необходимо отдавать); процессуальность (сеть постоянно образуется, поэтому постоянно требует действий).¹

Понятие сущности нетворкинга является ключом к его эффективному применению. Понятие «нетворкинг» еще не является в Казахстане, Польше, России очень популярным. Оно часто ассоциируется с негативным значением «связей» и принципом «берет так кланяется, а возьмет, так чванится».

¹ На основе: BDI, *Materiały Szkoleniowe przygotowane przez Bank Danych o Inżynierach NETWORKING*, http://www.biurokarier.ath.bielsko.pl/files/do_pobrania/networking.pdf

Само восприятие нетворкинга таким образом, приводит к тому, что люди не хотят посвящать свое время для ознакомления с чем-то, чего не поддерживают, не говоря уже о том, чтобы следовать правилом нетворкинга.

Успех в этой области не будет возможным без правильного осознания идеи и сущности «нетворкинга», которой является построение крепких и ценных контактов.

Нетворкинг основан на заботе об отношениях, фундаментом которых является доверие с целью взаимного предоставления поддержки, т.е. взаимной пользы, такой как доступ к информации, обмен мнением и опытом, эмоциональная поддержка.

Нетворкинг - это не врожденный, а приобретаемый навык. Исследования подтверждают, что только 10% человек, использующих нетворкинг, обладают этим природным даром. Остальные 90% присвоили его, соблюдая определенные правила, практикуясь и анализируя свое поведение. [3., 8.]

Большое количество бизнесменов затрачивают много времени на попытки нетворкинга, но только совсем немногие посвящают время тому, чтобы научиться делать это правильно, посредством изучения, тренингов, практики, чтения книг, прослушивания аудиозаписей, посвященных нетворкингу, общаясь с опытными в этой области людьми. Для того чтобы эффективно заниматься нетворкингом, необходимо следовать нескольким правилам, о которых речь пойдет ниже.

Правило № 1. Общение

Нетворкинг - это активность. Следовательно, лицо, желающее установить новые контакты, должно быть там, где находятся интересные люди. Имеет смысл поучаствовать в конференции или тренинге, поискать клуб, объединяющий любителей определенного вида деятельности. В наше время можно без проблем найти соответствующие организации, которые проводят сессии по нетворкингу - специально организованные пространства для ознакомления, обмена визитными карточками и установления контактов.

В Польше существует много организаций по нетворкингу. Самой известной из них является Business Network International, с многими представительствами. Чтобы стать членом некоторых групп, кроме оплаты годового взноса, необходимо пройти вступительную верификацию, которая проводится комитетом. В состав комитета входят наиболее опытные нетворкеры. В других случаях необходимо получить еще рекомендацию от двух знакомых нетворкеров.

Успешные люди прекрасно понимают, что регулярное присутствие и активное участие в деятельности организации по нетворкингу, конференциях, семинарах и других видах деятельности приносит пользу и им лично, и их бизнесу. Хорошо построенные отношения позволяют генерировать процесс рекламы «из уст - в уста», который, в свою очередь, выливается в «клиентов по рекомендации».

Не секрет, что реклама «из уст - в уста» является самой эффективной и, в тоже время, наименее дорогой формой привлечения потребителей.

Правило № 2. Понимание, какие контакты на самом деле нужны

Величайшая сила нетворкинга заключается в разнообразных сетевых контактах. Необходимо осознавать, чего хочется достичь благодаря нетворкингу, кого хочется привлечь в свою сеть контактов и какую пользу можно вынести благодаря построенным отношениям. Рекомендуется создавать максимально разнообразные базы контактов, так как в любой момент можно получить поддержку и помощь. Чем более разносторонняя сеть контактов, тем легче достичь своей собственной цели.

Правило № 3. На первом месте отношения, а не прибыль

Удивительно как часто люди, занимаясь нетворкингом, сосредотачиваются исключительно на том, чтобы вынести конкретную пользу из установленных отношений. В создании сети контактов самыми важными являются отношения с другим человеком. Люди предпочитают делать бизнес с теми, кого любят и уважают. Поэтому возможность завести деловое сотрудничество должно оставаться на втором плане. Необходимо помнить, что для налаживания эффективных контактов необходимо уметь выслушивать людей. Встречаясь с людьми, необходимо прислушиваться к ним и

стараться определить, как можно им помочь. В нетворкинге необходимо первым сделать шаг навстречу и давать людям больше, чем получать от них.

Правило № 4. Хорошая подготовка

Важно научиться выделяться и запоминаться. Первый шаг – определиться, куда пойти и с кем общаться. Это не может быть случайностью. Приходить на мероприятие следует раньше других, так, чтобы оставить себе возможность познакомиться с кем-нибудь еще до начала мероприятия. Большинство людей отправляются на такие мероприятия с целью раздать столько визитных карточек, сколько удастся. Это неправильный подход. Цель состоит не в раздаче визитных карточек, а в том, чтобы получить максимум информации и построить максимум возможных контактов, которые выльются в серьезные деловые отношения.

Стоит быть внимательным и настроенным на общение при походе на разные мероприятия, а во время общения быть приветливым, дружелюбным и улыбочивым. [8.]

Представляться надо коротко, эффективно и так, чтобы запомниться. Предлагается выделить время и заранее попрактиковать свое приветствие. Следует напомнить, что люди любят общаться с теми, кто проявляет к ним искренний интерес, оценивает их усилия и достижения. Честность – это закономерность нетворкинга. Именно благодаря честности возможно установить действительно плодотворные деловые отношения. Вневременные бизнесы всегда создаются на основании верных и искренних отношений.

Правило № 5. Взаимность

Эффективность почти каждого действия опирается на взаимность. Невозможно установить отношения, если выгоды от любого сотрудничества не равномерны для каждой из сторон. В нетворкинге, важно, чтобы партнеры могли рассчитывать на поддержку и чувствовали искреннюю заинтересованность в их собственной ситуации и проблемах. Имеет смысл перед установлением новых деловых контактов составить список действий (имеется в виду возможных путей решения определенных проблем), которые можно предложить в данном моменте. Это могут быть: знания, контакты, умения, время, совет, продукт, услуга. Вероятно, что во время разговора окажется, что у собеседника какая-то проблема или вызов. При возможности приветствуется попытка помочь, делясь предложением решения проблем или идеями. Основой нетворкинга является стратегия win-win и фокусировка на том, чтобы помогать (отдавать), а не брать (получать). Это отличает профессиональный нетворкинг от аквизиции, распространения визиток и «связей». «Помоги людям решить их проблемы, и тогда решатся твои. Помоги другим добиться успеха, и они тебя отблагодарят».² Если игра идет только в одни ворота, взаимоотношения долго не протянут, и нетворкинг не удастся.

Правило № 6. Эффективная коммуникация

Эффективную коммуникацию можно понимать в качестве интенции собеседника, раскрытию его ценности, анализ на вербальном и невербальном уровне. Необходимо задавать хорошие, углубляющие тему вопросы, быть открытым, пополнять свои высказывания интересными метафорами, примерами из жизни. Свой бизнес надо представлять таким образом, чтобы вызвать к нему интерес и породить дальнейшие вопросы. Хорошо подготовить короткую презентацию на несколько секунд, содержащую информацию о своем преимуществе над конкурентами, знаниях и опыте, ресурсах, которыми можно поделиться.

Правило № 7. Доверие

Очевидным кажется факт, что в случае коммуникации на высоком уровне доверия, даже в случае совершения ошибки, имеется возможность все выяснить и исправить. В регулярных отношениях со знакомыми или деловыми партнерами необходимо

² G. Tumiak, W. Antosiewicz: *Praktyczny poradnik networkingu. Zbuduj sieć trwałych kontaktów biznesowych*.s.12, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2012.

доказывать свою надежность. По мнению L. Lyncha, следует соблюдать несколько простых правил, которые помогают доказать свою надежность.

К ним относятся следующие правила:

- 1) выполнение обещаний и данного слова,
- 2) надежное и качественное исполнение работы,
- 3) перенос доверия,
- 4) профессионализм в своей отрасли и связанных с ней в большей или меньшей степени областях,
- 5) толерантность по отношению к людям, которые кажутся неприятными, оставляя открытую дверь для совместных отношений,
- 6) наличие в своей сети известного, процветающего лица, распознаваемого в отрасли или регионе - авторитета в своей области,
- 7) понимание, что человек это самое важное,
- 8) избегать лжи, которая может уничтожить много или даже все,
- 9) хорошая репутация.

Правило № 8. Follow-up (поддержка контакта)

Ключевым фактором успеха в нетворкинге является последующий контакт. Как и при любой другой форме маркетинга, для того чтобы построить взаимоотношения, необходимо время. Наладив на встрече с человеком контакт, необходимо сделать следующий шаг - продолжить общение и позаботиться об отношениях. Этого можно достичь, следуя простым принципам: принцип 24 часов - отправить письмо благодарности за встречу и интересный разговор; принцип 3x3 - рекомендуется звонить спустя три дня, спустя три недели и три месяца.

Правило № 9. Регистр контактов

Эксперты по нетворкингу советуют заводить электронную базу контактов (например, в программе Excel), идея которой заключается в поиске соответствующих контактов по определенным критериям. Айвен Миснером³ предлагается построение базы контактов на основе критериев, отвечающих этапу установленных отношений т.е. V (Visibility - видимость), C (Credibility - доверие), P (Profitability - рентабельность). Биллом Катсем предлагается сортировать контакты, согласно ниже перечисленным группам: STR (Strategist) стратегии, лица, которые могут помочь определить путь к успеху; T (Targets) целевая аудитория, например клиенты, будущие работодатели; AF (Allied Forces) специалисты, обладающие прекрасными знаниями в определенной области; RM (Role Models) образцы для подражания; SUP (Supporters) лица, на которые можно положиться в трудный момент.

Правило № 10. Использование потенциала интернета

Социальные и профессиональные сети, это фундаментальный способ построить свой имидж, доказать свои сильные стороны и завести широкую базу контактов. Однако нельзя забывать, что все, что находится в сети оказывает огромное влияние на восприятие нашей личности другими людьми – а именно это может нам помочь или повредить в деловых ситуациях. Процесс продвижения своей деятельности онлайн необходимо очень тщательно разработать. Шаг к успеху – стать персоной, с которой интересно познакомиться – делиться знаниями и ценной информацией. Приветствуется хвалить достижения других, активно участвовать в общественных делах, вести свой блог, высказываться на форумах. [3., 9-12.]

В заключении можно сделать следующие предварительные выводы.

Нетворкинг, как достаточно новое явление, требующее научно-практического обеспечения, благодаря которому может иметь серьезные перспективы в современных условиях бизнеса, опирающегося на выстраивание отношений на неформальной основе, доверии, соблюдении высокой этики.

³ Иван Миснер является основателем и председателем Организации Бизнес Нетворкинга (Business Network International - BNI). Больше информации: <http://businessnetworking.com/>, <http://ivanmisner.com/>

Нетворкинг требует терпения, ему можно научиться, но понадобится план действий и четко определенные цели.

Нетворкинг при создании и формулировании отношений нуждается в творческом мышлении и креативности. Это очень эффективный метод при условии, что он используется систематически.

Необходимо иметь в виду что, он не начнет приносить эффекты за короткое время, и как любой процесс требует времени и приложенных усилий. Однако эффекты в виде новых знакомств, развития своих знаний и навыков, новых идеи, инвестиций и профессиональных возможностей, приобретения новых клиентов и продвижения своего бизнеса этого стоят.

Список литературы

1. Воронов М.В. Некоторые проблемы образования в начале 21 века // Известия МАН ВШ №2 (44). – 2008.
2. Крутиков В.К. Социальный тонус и успешность страны: самореализация человека и общества.//Региональная экономика теория и практика. – 2013 -№ 2(281).
3. Нетворкинг - как инструмент расширения бизнеса: <http://business.damotvet.ru/marketing/22190.htm>.
4. Официальная страница русского перевода книги «Стив Джобс». Электронный ресурс. [Режим доступа]: <http://stevejobsthebio.com>.
5. Савченко П., Федорова М. Человеческая доминанта в современных условиях // Экономист №3. – 2009.
6. Bernard Loiseau. Electronic resource [access Mode]: <http://www.bernard-loiseau.com>
7. Turniak G., Antosiewicz.W. Praktyczny poradnik networkingu. Zbuduj sieć trwałych kontaktów biznesowych. Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2012.
8. Wendt R., Turniak G. Profesjonalny networking czyli kontakty które procentują. Warszawa 2006.
9. Santorski J., Turniak G., Alchemia Kariery. Warszawa 2012.
10. Kapcewicz B. Networking w karierze. Warszawa 2013.
11. Pasterski M. Skuteczny Networking. <http://michalpasterski.pl/2012/04/skuteczny-networking-czesc-1/>.
12. BDI, Materiały Szkoleniowe przygotowane przez Bank Danych o Inżynierach NETWORKING: http://www.biurokarier.ath.bielsko.pl/files/do_pobrania/networking.pdf

- Автор гарантирует, что вышеуказанный материал не был ранее опубликован на русском языке, а также не находится на рассмотрении в другом журнале.
- Автор гарантирует, что в вышеуказанном материале соблюдены все авторские права: среди авторов указаны все те и только те, кто сделал значительный вклад в исследование, для всех заимствованных фрагментов (текстовые цитаты, таблицы, рисунки и формулы) указаны источники, позволяющие идентифицировать их автора.
- Автор осознает, что факты научной недобросовестности, выявленные как в процессе рецензирования, так и после публикации статьи (плагиат, повторная публикация, раскрытие защищенных данных) – могут повлечь не только снятие статьи с публикации, но и уголовное преследование со стороны тех, чьи права будут нарушены в результате обнародования текста.