**УДК 338.24.01**

Завадська О.М., к.е.н., доцент

доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики

Zavadska O., PhD in Economics, Associate Professor

Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics

[*https://orcid.org/0000-0001-8786-9005*](https://orcid.org/0000-0001-8786-9005)

Павлюк Л.В., к.е.н., доцент

доцент кафедри підприємництва, торгівлі та логістики

Pavluk L., PhD in Economics, Associate Professor

Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics

[*https://orcid.org/0000-0003-2519-3243*](https://orcid.org/0000-0003-2519-3243)

**НЕТВОРКІНГ ЯК ПРОГРЕСИВНА ФОРМА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*Луцький національний технічний університет*

У статті розглянуто поняття нетворкінгу підприємницької діяльності, його важливість та актуальність в сучасному комерційному та безкомпромісному світі. Було розглянуто шляхи побудови взаємозв’язків між партнерами та встановлення домовленостей між ними, і доцільність їх використання.

Нетворкінг є вагомою, а точніше значимою частиною бізнесу. Саме він дозволяє створювати нову партнерську базу клієнтів.

Також нетворкінг є успішним важелем для активізації бізнесу через комунікативний простір, який відповідає за ефективність та шляхи вдосконалення підприємницької діяльності. У даній статті розглядаються нетворкінг, як пошук однодумців та ресурсів для реалізації своїх ідей, знайомства з потенційними партнерами чи спонсорами. Для цього необхідно знати основні правила комунікації і мати стратегію, яка допоможе знайти вирішення будь-якої проблеми. Саме взаємодія з людьми здатна зрушити бізнес з «мертвої точки».

Нетворкінг – це діяльність, спрямована на залучення людей до вирішення тих чи інших завдань за допомогою знайомств, дієвий спосіб вирішення задач в будь-якій сфері бізнесу. Для когось це вимушена та не дуже приємна річ. Але якісне коло знайомих може заощадити кошти, або час, або зусилля. Нетворкінг допоможе вивести ваш бізнес на вищий рівень. Також дуже корисний у сферах, де важливо встановити довірчі відносини, скажімо у фінансовому консалтингу.

*Ключові слова:**нетворкінг, нетворкінг бізнесу, підприємець, підприємницька діяльність, економічна вигода, ділова мережа, нетворкінгові комунікаційні заходи.*

**NETWORKING AS A PROGRESSIVE FORM OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT**

*Lutsk National Technical University*

The article considers the concept of business networking, its importance and relevance in the modern commercial and uncompromising world. The ways of building relationships between partners and establishing agreements between them, and the feasibility of their use were discussed.

Networking is an important, or rather a significant part of the business. It allows you to create a new partner customer base.

Networking is also a successful lever for activating business through the communication space, which is responsible for efficiency and ways to improve entrepreneurship. This article considers networking as the search for like-minded people and resources to implement their ideas, meet potential partners or sponsors. To do this, you need to know the basic rules of communication and have a strategy that will help find a solution to any problem. It is interaction with people that can move business from a “dead spot”.

Networking is an activity aimed at involving people in solving certain tasks through dating, an effective way to solve problems in any area of ​​business. For some it is a forced and not very pleasant thing. But a quality circle of acquaintances can save money, or time, or effort. Networking will help take your business to the next level. It is also very useful in areas where it is important to establish a relationship of trust, such as financial consulting.

*Key words: networking, business networking, entrepreneur, entrepreneurial activity, economic benefit, business network, networking communication activities.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв’язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Питання нетворкінгу має дуже важливий аспект «життя» у бізнесі. Це ефективний управлінській засіб розвитку та реалізації заходів необхідних для досягнення поставлених цілей у бізнесі. Тому комунікативна діяльність має застосовуватися стратегічно, бути продуманою, систематичною, регулярною та належно контролюватися. Нетворкінг – це новий зв’язок правильного меседжу, який потребує детальної визначеності, а саме з планом дій та чіткими визначеними цілями, подальшими дослідженнями.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано вирішення даної проблеми.** Поняття «нетворкінгу» розглядаються у працях, як українських вчених, так і зарубіжних: Д. Фішер, Р. Фрішмен, Т. Сполдінг, Д. Зак, М. Шутак, О. Кравцов, Р. Андерсон. На сьогоднішній день питання нетворкінгу бізнесу є дуже актуальними.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.Нетворкінг при створенні і формуванні бізнесу потребує творчого мислення і креативності. Це дуже ефективний метод введення підприємницької діялності. бізнесу, та слід пам’ятати, що процес нетворкінгу є довготривалим, який забезпечує успіх будь-якого бізнесу та збільшення економічної вигоди – гарантовані.

**Мета статті.** Головною метою цієї роботи є розкриття сутності поняття «нетворкінг бізнесу» та його прогресуючий вплив на його розвиток.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Нетворкінг допомагає створити новий бізнес, адже це синергія нових ідей, думок та поглядів, калоборація яких призводить до найінноваційніших рішень. Нетворкінг відкриває підприємцям ряд можливостей для успішної реалізації бізнесу через відвідування різних тренінгів, бізнес-конференцій, форумів.

Побудова підприємцями ділової мережі для спілкування з метою отримання економічної вигоди не виглядає складною справою, якщо людина товариська і комунікабельна. При цьому слід зазначити, що терміни «товариський» і «комунікабельний» наповнені дещо відмінною сутністю. Так, товариська людина – це приязна, доброзичлива, привітна, незамкнена людина, яка любить і уміє спілкуватися з людьми [2], може поговорити без певної мети. Таких людей зазвичай називають «душею компанії» з умінням «поговорити по душам».

При цьому, комунікабельна людина це та, яка здатна до спілкування, до встановлення соціальних зв'язків, контактів та плідної взаємодії з іншими людьми [3] з певною метою. Успіх соціальної взаємодії у бізнес-середовищі, окрім іншого, визначають і вміння та здатність налагоджувати контакти, конструктивно спілкуватися з іншими людьми. Отже, діловим людям, підприємцям більше властива комунікабельність, оскільки у таких людей, зазвичай, не вистачає часу на «розмови по душам» у робочий час. Хоча для зав'язування розмови, налагодження контактів важливим є товариськість, а для подальшого позначення себе як людини, котра має певні здібності, навички та уміння, які можуть бути корисними для інших підприємців – комунікабельність.

Ділові знайомства доцільно і зручно заводити на конференціях, тренінгах, майстер-класах, евентах. Так, професійні конференції стають основним місцем для встановлення корисних ділових зв'язків, для формування основної частини робочих контактів, для віднаходження актуальної інформації у своїй професійній сфері. На тренінгах і майстер-класах знайомства з учасниками та викладачами супроводжуються отриманням цінної інформації, знання, умінь і навичок. Для розширення зв’язків у просуванні і підтримці марок товарів, компаній, брендів і послуг широкого розповсюдження набув локальний евент, для чого організовуються презентації, прес-тури, прес-конференції [4].

Для досягнення відчутного результату від відвідування конференції, фахівці радять ґрунтовно підготуватися ще до її початку, а саме: необхідно вивчити всю інформацію про регламент і події на заході, ознайомитися зі списками учасників, заздалегідь дізнатися і запам'ятати всіх відомих особистостей на цьому заході, скласти список з людей, з якими заплановане знайомство, занотувати приблизні теми спілкування з ними. Процес знайомства з людьми на конференціях орієнтовно такий: потрібно підійти і представитися, обмінятися контактами, обговорити цікаві питання. Щоб зав'язати розмову з учасником, іноді достатньо задати питання на тему доповіді, з якою він виступав. Ситуація складніша з іменитими учасниками конференції: навколо них можуть збиратися чимало шанувальників або ж вони можуть збиратися в групи, щоб захистити себе від порожніх, несуттєвих розмов з незнайомими. У подібних випадках потрібно все таки вибрати зручний момент, коротко представитися, прямо сказати про те, що вас цікавить, домовитися про подальшу зустріч або листування [5].

Після закінчення конференції варто закріплювати і розробляти нові зв'язки. На наступний день після конференції потрібно написати кожному новому знайомому т. зв. фоллоу-ап (follow-up) – лист з привітанням, коротким описом змісту вашого спілкування і його результати. Це потрібно, по-перше, для закріплення знайомства, по-друге, для того, щоб вас згадали через деякий час, прочитавши попередню переписку. Якщо в процесі конференції відбулася домовленість з потенційними партнерами, клієнтами або інвесторами, необхідно відразу ж починати роботу у напрямі активного підтримання зв’язків для подальшого співробітництва [5].

Поради щодо місць і способів знайомств та налагодження контактів стосуються відвідування урочистих заходів, виставок, фітнес-клубів, спортивних секцій. Неформальні контакти під час урочистих заходів і різних виставок можуть принести значну користь для бізнесу. Спільні заняття у фітнес-клубах та спортивних секціях зближують людей, дозволяють легше віднайти цікавих і корисних знайомих [6].

Не менш важливим способом формування майбутніх зв’язків і комунікацій є вибудовування власної ділової репутації за допомогою публікацій у різних ЗМІ, шляхом виконання функцій експерта з економічних, фінансових, організаційних та інших бізнесових питань. Кваліфіковані думки та міркування можуть привернути увагу потенційних партнерів, інвесторів, працівників.

Окремо зупинимося на такому нетворкінговому комунікаційному засобі для стартаперів, як бізнес-інкубатори та бізнес-акселератори. Основною перевагою бізнес-інкубаторів є наявність місць для роботи і знайомство з близькими по духу людьми. В інкубатор звертаються на ранньому етапі, коли з’явилася ідея, створена презентація, є невелика команда однодумців і відсутній момент завершального етапу. Якщо вже існує колектив, є офіс, пройдений стартовий етап формування компанії, але потрібні навчальна програма, поради фахівців, допомога у створенні та просуванні прототипу, інвестиції, вихід на ринок, то потрібно шукати бізнес-акселератор [7].

Бізнес-інкубатори надають, в основному, консалтингові послуги, допомагають презентувати проект інвестору, іноді забезпечують майбутніх підприємців офісом, фінансами і технічною базою, організовують освітні заходи, пропонуються невеликі інвестиції. Бізнес-акселератори працюють індивідуально з проектом, який пройшов конкурс, залучаючи фінансові ресурси і досвідчених експертів-менторів. Головним їх завданням є спільно зі стартапером за обмежений період створити інвестиційно-привабливий продукт на рівні робочої версії або прототипу. Такі проекти можуть отримати венчурне фінансування від фондів, які працюють безпосередньо із цим акселератором [8].

Коли стартапер-початківець потрапляє в акселератор, то контакти і знайомства з’являються у великій кількості. Учасники акселератора контактують з підприємцями різних фахових напрямків: технологічні, фінансові, юридичні фахівці, бізнес-консультанти, для чого активно проводяться освітні програми, майстер-класи, коучинг. Чимало програм включають стажування, лекції, воркшопи в суміжних областях. Все це передбачає безперервне спілкування всередині стартаперської спільноти, налагодження зв'язків із гостями, колегами та менторами. Так команди можуть добрати знання, які виявляться необхідними їм у подальшому для розвитку бізнесу. Акселератори є брендами, мають зв'язки у медійній сфері, тому проекти отримують широке висвітлення в пресі [9]. Стартапи, які працюють в акселераторах, відразу привертають увагу інвесторів.

Потенційні зв'язки з інвесторами, які виходять на учасників акселератора, підвищують шанси на залучення наступних раундів інвестицій [8]. На сьогодні в Україні діє кілька активних бізнес-акселераторів та стартапів-акселераторів [8, 9, 10].

Після перебування в акселераторі визначається потрібний вектор розвитку, віднаходяться нові бізнес-партнери, зав'язується чимало важливих робочих контактів. Спілкування, обмін досвідом і підтримка зв'язку здійснюється зазвичай за допомогою соціальних мереж, які на сьогодні є потужним засобом підтримки ділових відносин. З іншого боку, незважаючи на загальну налаштованість людей до нетворкінга, «найпотрібніші» й найважливіші знайомства отримувати важко. Якщо підприємець націлений на великі інвестиції чи бізнес-партнера, то за правилами хорошого тону, його мають представити потенційному інвестору чи партнеру. Постати у вигіднішому світлі перед новими знайомими допоможуть позитивні рекомендації спільних друзів, які можуть коротко розповісти про підприємця та його діяльність. Тому систематичне спілкування з колегами по бізнес-індустрії особливо важливе [1].

«Уміння заводити потрібні зв'язки і знайомства, як і будь-який інший навик, напрацьовується і відточується роками, з'являються якісь свої лайфхаки, вирощені на власному досвіді. За той час, протягом якого займаюся бізнесом і стартапами, зрозумів, що добре працюють прості і всім знайомі принципи, дотримуючись яких, можна скористатися можливостями нетворкінга по максимуму», – говорить Андрій Бичковський, співзасновник компаній «Ленточка» і Cintapunto, співвласник стартапів Poptop.fm і DelFast [1].

У комунікаційній практиці розрізняють позитивний і негативний нетворкінг. Їх відмінність полягає у цілях, що переслідуються, та підходах, що використовуються. Позитивний нетворкінг – це прагнення налагоджувати необхідні зв’язки з метою допомоги й іншому. Такий нетворкінг виступає своєрідним посередництвом (наприклад, рекрутинг, ріелтерство, творчі агенти та ін.). За реалізації негативного нетворкінга ставка робиться на вилучення вигоди лише для самого себе: оцінюється, наскільки те чи те знайомство може бути вигідним для людини-пошукача – носія певної проблеми. За таких односторонніх вигод виникає ефект споживацтва як соціального паразитизму.

Отже, нетворкінг, як і будь-яке інше явище соціально-економічного життя, має як позитивні, так і негативні сторони свого існування. До позитивних належать такі: поява нових цікавих знайомств, використання зв’язків для вирішення підприємницьких і власних проблем, підтримка у складний період часу, можливість підтримувати і допомагати іншим тощо. Натомість, виділяють і негативну сторону нетворкінга, а саме: труднощі із комунікаціями у сором’язливих людей; постійне підтримання зв’язків, що є доволі виснажливим емоційним процесом; можливі зловживання знайомством з обох сторін [5].

**Висновки і пропозиції.** Нетворкінг на сьогодні вважається одним з ефективних і найменш дорогим інструментом активізації підприємницької діяльності за допомогою встановлення ділових контактів. У бізнес-середовищі зв’язки виступають основою успішного партнерства та підписання вигідної угоди, віднаходження постачальників ресурсів та інвесторів, покупців та клієнтів, співробітників.

Дотримуючись правил нетворкінга, розвиваючи особисті зв’язки, можна стати успішнішим підприємцем та рухатися вперед у реалізації бізнес-ідей. Головним призначенням нетворкінга є створення мережі ділових зв'язків з метою подальшого отримання від неї вигод для себе в майбутньому.

Соціальні мережі та месенджери – це основа сучасного нетворкінга. Активне користування Facebook, LinkedIn, Skype, Viber, WhatsApp та іншими додатками дозволяє підприємцям інтегруватися в усі процеси, які відбуваються в суспільстві та бізнесі. За допомогою соціальних мереж зазвичай здійснюється спілкування, обмін досвідом і підтримка зв'язку.

**Список бібліографічного опису:**

1. Нетворкаут: як заводити корисні зв'язки в бізнес-співтоваристві [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://forbes.net.ua/ua/opinions/1413447-netvorkaut-yak-zavoditi-korisni-zvyazki-v-biznes-spivtovaristvi

2. Товариський. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970–1980) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://sum.in.ua/s/tovarysjkyj

3. Комунікабельність [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/Комунікабельність

4. Event Marketing как он есть [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event\_marketing.htm

5. Нетворкинг на конференциях [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://itkeys.org/networking-on-conferences/

6. 30 правил нетворкинга, которые несложно запомнить [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.gd.ru/articles/8764-qqq-16-m8-16-08-2016-netvorking

7. Акселератор vs бизнес-инкубатор [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://hubs.ua/starter/akselerator-vs-biznes-inkubator-21224.html

8. Стартап-инкубаторы и бизнес-акселераторы в Украине: что и где искать? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.prostobiz.ua/biznes/razvitie\_biznesa/stati/startap\_inkubatory\_i\_biznes\_akseleratory\_v\_ukraine\_chto\_i\_gde\_iskat

9. Дуб А. Р. Джерела фінансування стартапів та можливості їх залучення в Україні / А. Р. Дуб, М.-С. Б. Хлопецька // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2016. – Вип. 1. – С. 87–92. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu\_2016\_1\_22

10. Стартап-акселераторы [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ain.ua/tag/startap-akseleratory

11. Нетворкинг: можно ли прожить без связей? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://timesnet.ru/magazine/8/6576/

**References:**

1. Networkout: how to make useful connections in the business community [Electronic resource]. - Access mode: http://forbes.net.ua/ua/opinions/1413447-netvorkaut-yak-zavoditi-korisni-zvyazki-v-biznes-spivtovaristvi

2. Friendly. Dictionary of the Ukrainian language. Academic Explanatory Dictionary (1970–1980) [Electronic resource]. - Access mode: http://sum.in.ua/s/tovarysjkyj

3. Sociability [Electronic resource]. - Access mode: https://uk.wikipedia.org/wiki/Communicability

4. Event Marketing as it is [Electronic resource]. - Access mode: http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/btl/event\_marketing.htm

5. Networking at conferences [Electronic resource]. - Access mode: https://itkeys.org/networking-on-conferences/

6. 30 networking rules that are easy to remember [Electronic resource]. - Access mode: http://www.gd.ru/articles/8764-qqq-16-m8-16-08-2016-netvorking

7. Accelerator vs business incubator [Electronic resource]. - Access mode: http://hubs.ua/starter/akselerator-vs-biznes-inkubator-21224.html

8. Startup incubators and business accelerators in Ukraine: what and where to look? [Electronic resource]. - Access mode: http://www.prostobiz.ua/biznes/razvitie\_biznesa/stati/startap\_inkubatory\_i\_biznes\_akseleratory\_v\_ukraine\_chto\_i\_gde\_iskat

9. Dub AR Sources of financing of startups and opportunities for their involvement in Ukraine / AR Dub, M.-S. B. Khlopetska // Socio-economic problems of the modern period of Ukraine. - 2016. - Vip. 1. - P. 87–92. - Access mode: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu\_2016\_1\_22

10. Startup accelerators [Electronic resource]. - Access mode: http://ain.ua/tag/startap-akseleratory

11. Networking: is it possible to live without connections? [Electronic resource]. - Access mode: http://timesnet.ru/magazine/8/6576/

Дата подання публікації 10.05.2021р.