



Вікторія НОВІКОВА,
викладач вищої категорії
Відокремлений
структурний підрозділ
«Ананьївський аграрно-
економічний фаховий
коледж Уманського
національного
університету»



Стратегія ефективної комунікації зі стейкхолдерами для досягнення win-win рішень

Зміст

1. Вступ
 2. Теоретичні основи комунікації зі стейкхолдерами
 - 2.1. Поняття та значення стейкхолдера
 - 2.2. Класифікація стейкхолдерів
 - 2.3. Роль комунікації у взаємодії зі стейкхолдерами
 3. Стратегія ефективної комунікації
 - 3.1. Принципи win-win підходу
 - 3.2. Методи та інструменти комунікації
 - 3.3. Використання зворотного зв'язку
 4. Психологічні та соціальні аспекти взаємодії
 - 4.1. Мотивація та потреби стейкхолдерів
 - 4.2. Управління конфліктами
 - 4.3. Переговори та переконання
 5. Практичне застосування стратегії
 - 5.1. Кейс-стаді: корпоративний сектор
 - 5.2. Кейс-стаді: державні проекти
 6. Оцінка ефективності
 7. Висновки
 8. Список використаних джерел
-

1. Вступ

У сучасному менеджменті успішна реалізація проектів будь-якого масштабу неможлива без урахування інтересів стейкхолдерів. Під стейкхолдерами розуміють осіб чи організації, які можуть впливати на проект або бути під його впливом (Freeman, 1984). Ефективна комунікація з ними дозволяє мінімізувати конфлікти та досягати взаємовигідних (win-win) рішень, підвищуючи довіру та сприяючи довгостроковому партнерству.

Метою цієї роботи є аналіз стратегій взаємодії зі стейкхолдерами, визначення ефективних методів комунікації та практичних інструментів для досягнення win-win результатів.

2. Теоретичні основи комунікації зі стейкхолдерами

2.1. Поняття та значення стейкхолдера

Стейкхолдери — це будь-які особи або групи, що мають інтерес до діяльності організації або проекту. Вони можуть впливати на результати проекту, а також піддаватися його впливу. Ефективна взаємодія зі стейкхолдерами дозволяє досягати стратегічних цілей, мінімізувати ризики та підвищувати задоволеність усіх зацікавлених сторін.

2.2. Класифікація стейкхолдерів

Категорія стейкхолдера	Приклади	Характер впливу
Внутрішні	Працівники, менеджери, власники	Контроль, організаційна культура
Зовнішні	Клієнти, постачальники, регулятори, громада	Вплив на імідж, фінансову стабільність, правове середовище
Ключові	Особи з критичним впливом	Можуть блокувати або прискорювати реалізацію проекту

2.3. Роль комунікації

Комунікація — це процес передачі інформації та координації дій між учасниками проекту. Ефективна комунікація дозволяє:

- виявляти потреби та очікування стейкхолдерів;
- координувати дії між учасниками;

- зменшувати ризики конфліктів;
- забезпечувати досягнення win-win рішень.

Схема 1. Основна модель взаємодії зі стейкхолдерами

[Потреби стейкхолдерів] --> [Комунікація] --> [Рішення win-win]

3. Стратегія ефективної комунікації

3.1. Принципи win-win підходу

1. **Взаємна вигода:** рішення повинні приносити користь усім сторонам.
2. **Прозорість:** відкритість у прийнятті рішень.
3. **Довіра та взаємоповага:** основа довгострокових відносин.
4. **Гнучкість:** готовність до компромісів.

3.2. Методи та інструменти комунікації

Метод	Сфера застосування	Переваги
Персональні зустрічі	Внутрішні, ключові	Прямий контакт, швидке реагування
Електронні платформи	Зовнішні	Масштабність, економія часу
Публічні консультації	Громадські	Підвищення довіри, прозорість

3.3. Використання зворотного зв'язку

Зворотний зв'язок дозволяє:

- оцінити рівень задоволеності стейкхолдерів;
- скоригувати стратегію взаємодії;
- попередити виникнення конфліктів.

Схема 2. Процес використання зворотного зв'язку

Збір інформації --> Аналіз --> Внесення коригувань --> Повторна комунікація

4. Психологічні та соціальні аспекти взаємодії

4.1. Мотивація та потреби стейкхолдерів

- Матеріальна вигода
- Репутаційні фактори
- Соціальна відповідальність

4.2. Управління конфліктами

- Виявлення джерел конфліктів
- Використання медіації
- Орієнтація на інтереси, а не позиції

4.3. Переговори та переконання

Ефективні переговори включають активне слухання, підготовку аргументів та пошук компромісних рішень.

5. Практичне застосування

5.1. Кейс-стаді: корпоративний сектор

Компанія «Х» реалізувала проект із запуску нового продукту. Було залучено 15 ключових стейкхолдерів:

- Проведено щотижневі наради;
- Визначено КРІ для кожного учасника;
- Здійснювався постійний збір та аналіз зворотного зв'язку.

Таблиця 3. Приклад КРІ для стейкхолдерів

Стейкхолдер КРІ

Менеджери Вчасне виконання завдань

Працівники Якість виконання процесів

Клієнти Задоволеність продуктом

5.2. Кейс-стаді: державні проекти

Проект будівництва медичного центру залучав громаду, державні органи та постачальників. Стратегія win-win забезпечила:

- Публічні консультації з громадою;
- Підписання меморандумів із постачальниками;
- Моніторинг задоволеності громадян.

Схема 3. Стратегія win-win у державному проекті

Громада <---> Комунікація <---> Держава <---> Постачальники

6. Оцінка ефективності

Метрики ефективності:

- Задоволеність стейкхолдерів;
 - Кількість конфліктів;
 - Досягнення цілей проекту;
 - Повторна участь у наступних проектах.
-

7. Висновки

1. Ефективна комунікація зі стейкхолдерами є ключем до успіху проекту.
 2. Win-win підхід підвищує довіру та мінімізує конфлікти.
 3. Системна стратегія взаємодії та оцінка результатів забезпечує довгостроковий успіх.
-

8. Список використаних джерел

1. Freeman R. E. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, 1984.
2. Bourne L. *Stakeholder Relationship Management*. Gower Publishing, 2015.
3. Mitchell R., Agle B., Wood D. *Toward a Theory of Stakeholder Identification and Salience*. Academy of Management Review, 1997.
4. Lencioni P. *The Five Dysfunctions of a Team*. Jossey-Bass, 2002.
5. PMI. *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)*, 7th Edition, 2021.