

**Руслан ЗУБКОВ**  
доктор економічних наук,  
професор кафедри підприємництва, управління та адміністрування;  
Миколаївський інститут розвитку людини Університету «Україна»  
ORCID 0000-0002-8894-5724  
[naukaua82@gmail.com](mailto:naukaua82@gmail.com)

## УПРАВЛІННЯ КРИЗОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ

**Ruslan ZUBKOV**  
Doctor of Economics,  
Professor of the Department of Entrepreneurship, Management and Administration  
«Open International University of Human Development «Ukraine»  
Mykolaiv Institute of Human Development;  
ORCID 0000-0002-8894-5724  
[naukaua82@gmail.com](mailto:naukaua82@gmail.com)

## CRISIS COMMUNICATIONS MANAGEMENT

Управління кризовими комунікаціями є важливим аспектом стратегічного управління, що дозволяє організаціям ефективно реагувати на кризові ситуації, зберігати свою репутацію та підтримувати довіру з боку зацікавлених сторін. Кризові комунікації охоплюють процеси, пов'язані з обміном інформацією під час кризових подій, і включають в себе як внутрішні, так і зовнішні комунікації. У сучасному світі, де інформація поширюється миттєво, а соціальні медіа відіграють значну роль у формуванні громадської думки, ефективне управління кризовими комунікаціями стає критично важливим для виживання організації.

По-перше, важливо визначити, що таке криза. Кризою можна вважати будь-яку подію, яка загрожує нормальному функціонуванню організації, її репутації або фінансовій стабільності. Це можуть бути як зовнішні фактори, такі як природні катастрофи, економічні кризи або скандали, так і внутрішні проблеми, такі як управлінські помилки або конфлікти в колективі. У будь-якому випадку, криза вимагає швидкої та злагодженої реакції з боку організації, щоб мінімізувати негативні наслідки.

Ключовим етапом управління кризовими комунікаціями є підготовка до можливих кризових ситуацій. Це передбачає розробку кризового плану, який включає в себе визначення потенційних ризиків, створення команди з управління кризами та розробку комунікаційних стратегій. Важливо, щоб усі члени команди знали свої ролі та обов'язки під час кризи, а також мали доступ до необхідної інформації. Крім того, організації повинні регулярно проводити тренінги та симуляції, щоб підготувати своїх співробітників до можливих кризових ситуацій [1].

У разі виникнення кризи, першим кроком є швидка оцінка ситуації та визначення її масштабу. Це дозволяє організації зрозуміти, які ресурси необхідні для реагування на кризу та які комунікаційні канали слід використовувати. Важливо забезпечити своєчасну та точну інформацію, щоб уникнути дезінформації та паніки. Організації повинні бути готові до того,

що інформація може поширюватися швидше, ніж вони можуть реагувати, тому важливо мати чіткі комунікаційні повідомлення, які можна швидко адаптувати до змінюваних умов.

Одним із ключових аспектів управління кризовими комунікаціями є прозорість. Організації повинні бути відкритими у своїх комунікаціях, надаючи актуальну інформацію про ситуацію та свої дії. Це допомагає зберегти довіру з боку зацікавлених сторін, таких як клієнти, партнери, співробітники та громадськість. Прозорість також включає в себе визнання помилок та відповідальності за них, що може допомогти організації відновити свою репутацію після кризи.

Соціальні медіа відіграють важливу роль у сучасному управлінні кризовими комунікаціями. Вони дозволяють організаціям швидко поширювати інформацію та взаємодіяти з аудиторією в реальному часі. Однак, соціальні медіа також можуть стати джерелом дезінформації та негативних коментарів, тому організації повинні активно моніторити свої профілі та реагувати на запитання та занепокоєння користувачів. Важливо мати команду, яка відповідає за управління соціальними медіа під час кризи, щоб забезпечити узгодженість комунікацій та швидкість реагування [3].

Після завершення кризи важливо провести аналіз дій, які були вжиті під час кризового управління. Це дозволяє організації виявити сильні та слабкі сторони своєї реакції, а також визначити, які зміни необхідно внести до кризового плану. Аналіз також може включати в себе опитування зацікавлених сторін, щоб зрозуміти, як вони сприймали комунікації організації під час кризи. Цей процес допомагає організації підготуватися до можливих майбутніх криз та покращити свої комунікаційні стратегії.

Управління кризовими комунікаціями є складним, але необхідним процесом для будь-якої організації. Ефективне управління кризовими комунікаціями може допомогти зберегти репутацію організації, підтримати довіру з боку зацікавлених сторін та забезпечити стабільність у важкі часи. В умовах швидко змінюваного інформаційного середовища, організації повинні бути готові до можливих кризових ситуацій та мати чіткі стратегії для їх управління. Лише за умов комплексного підходу до управління кризовими комунікаціями можна досягти успіху в подоланні криз та забезпеченні сталого розвитку організації.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Камушков О.С., Ткач В.О., Язіна В.А. Інновації світового готельного господарства. Причорноморські економічні студії. Випуск 2019.48-2. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.48-39>
2. Гончаренко С.В., Костенко О.В. Управління кризовими комунікаціями: теорія та практика. Вісник економіки. 2020. № 2. С. 45-52.
3. Левченко В.І. Кризові комунікації в умовах інформаційної війни. Науковий вісник НТУУ «КПІ». 2021. Випуск 3. С. 78-85.
4. Шевченко А.М. Соціальні медіа в управлінні кризовими комунікаціями. Актуальні проблеми журналістики. 2022. № 1. С. 12-19.
5. Білан О.І. Стратегії управління кризовими комунікаціями в організаціях. Економіка і суспільство. 2021. Випуск 34. С. 34-40.