

**Волинський національний університет  
імені Лесі Українки**

# **ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Матеріали Міжнародної науково-  
практичної конференції**

**(23 травня 2024 року)**

**Луцьк 2024**

УДК 658:351.82(082)

Т 33

Рекомендовано до опублікування Вченою радою  
Волинського національного університету імені Лесі Українки  
(протокол № 8 від 20.06.2024 р.)

**Рецензенти:**

*Карлін М. І.* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів Волинського національного університету імені Лесі Українки;

*Коцій О.В.* – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту Луцького національного технічного університету;

*Скрипчук П. М.* – доктор економічних наук, професор, професор кафедри менеджменту Національного університету водного господарства та природокористування.

**Теорія та практика менеджменту:** матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (23 травня 2024 року) / Відп. ред. проф. Л. Черчик. Луцьк, 2024. 214 с.

У збірнику подано тези доповідей та виступів учасників Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої питанням теорії та практики менеджменту, зокрема питанням регіонального менеджменту, менеджменту безпеки, інвестиційного та інноваційного менеджменту, екологічного менеджменту, соціального менеджменту, енергетичного менеджменту, міжнародного менеджменту, менеджменту змін та менеджменту туризму.

**УДК 658:351.82(082)**

**ISBN 978-617-672-254-0**

© Черчик Л. М. (упорядкування), 2024

## ЗМІСТ

<b>Антоненко Ірина, Мельник Ірина</b>	8
Важливість управління талантами на підприємстві	
<b>Балабаш Ольга, Мартинова Наталя, Мартинов Даниїл</b>	12
Особливості управління комунікаціями в підприємствах сфери туризму із застосуванням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій	
<b>Буланович Павло, Воробйова Олександра</b>	17
Управлінські аспекти реформування державного екологічного контролю	
<b>Буняк Надія</b>	
Особливості менеджменту кольорових організацій	20
<b>Василик Наталія</b>	
Програми та додатки для управління стресом і зниження професійного вигорання менеджерів	23
<b>Vysochanska M., She V.</b>	28
Institutional provision of monitoring of rural areas as a tool of effective environmental management	
<b>Волинець Ірина</b>	
Прийняття стратегічних рішень в управлінні витратами підприємства	33
<b>Волинець Ірина, Кузін Євгеній</b>	36
Сутність та значення стимулювання персоналу підприємства	
<b>Волошин Андрій</b>	
Трансформація поштової сфери в умовах цифрової епохи: виклики та перспективи на прикладі «Нової пошти»	40
<b>Гаврилюк Юрій, Черчик Лариса</b>	43
Особливості формування системи мотивації персоналу закладів охорони здоров'я на основі адаптивного підходу	
<b>Глізнуца Марина, Коростельов Микола, Кітаєв Олександр, Рощачовський Тарас</b>	46
Аутсорсинг багатонаціональних підприємств: форми та методи	
<b>Грицюк Дмитро, Хомюк Наталія</b>	49
Особливості управління конкурентоспроможністю банку	

<b>Дребот Оксана, Добряк Д.С., Мельник П.П.</b> Економічна, екологічна та суспільна сутність деградованих і малопродуктивних земель	52
<b>Дребот Оксана, Олійник Галина</b> Стратегії сталого розвитку сільських територій: виклики воєнного часу та шляхи відновлення	55
<b>Зеленко Оксана</b> Розвиток компетенцій персоналу в організації	58
<b>Караїм Володимир</b> Агросфера: сучасні підходи до визначення сутності	62
<b>Караїм Ольга</b> Екологічний менеджмент на підприємствах із експлуатації родовищ торфу	67
<b>Карлін Микола</b> Розвиток фінансів публічно-приватного партнерства в умовах рсійсько-української війни	70
<b>Кобелєва Тетяна, Рудич Денис, Сидоренко Максим</b> Комплаєнс_функція в системі економічної безпеки міжнародного бізнесу	75
<b>Кобелєва Тетяна, Завадський Сергій</b> Інформаційне забезпечення міжнародного бізнесу	78
<b>Ковалів Олександр</b> Конституційна «земельна субстанція» — основа сталого розвитку україни	81
<b>Корецька Наталія</b> Подолання опору змінам в умовах цифровій трансформації	86
<b>Корецький Антон, Черчик Лариса</b> Оцінювання в системі мотивації персоналу	89
<b>Костецька К.О., Голюкова О.С.</b> Відновлення та реабілітація: шляхи до сталого оздоровлення після війни	92
<b>Кошій Оксана</b> Забезпечення благополуччя персоналу у вітчизняних організаціях	95
<b>Кувіка Ганна</b> Тренди розвитку сфери гостинності України в умовах війни	98

<b>Купінець Лариса</b>	
Удосконалення системи простежуваності в контексті прозорого управління ринком водних біоресурсів	
<b>Курдельчук Ольга , Хомюк Наталія</b>	101
Особливості управління маркетинговою діяльністю підприємства	
<b>Куцай Наталія,</b>	106
Чинники успіху проекту цифровізації в харчовій галузі	
<b>Лазаренко Владислав</b>	109
Сучасна парадигма біхевіоризму в практиці економіки природокористування	
<b>Лапковська Марина , Хомюк Наталія</b>	113
Особливості формування системи управління витратами на підприємстві	
<b>Левицький Віктор Володимирович</b>	117
Стратегічний комплекс управління змінами та розвитком підприємства	
<b>Линник Олена, Перерва Петро, Линник Артем</b>	120
Бізнес-планування в міжнародній діяльності	
<b>Майстро Руслана, Кондратенко Іван, Курячий Федір</b>	123
Оцінка ефективності торгівлі з європейськими компаніями	
<b>Матюшко Юлія, Черчик Лариса</b>	126
Особливості управління людськими ресурсами закладів охорони здоров'я	
<b>Мехович Сергій, Адельшин Шаміль, Кузьминський Антон</b>	129
Соціальне партнерство міжнародного бізнесу	
<b>Милько Інна</b>	
Теоретичні аспекти сутності маркетингового планування на підприємстві	130
<b>Myłko Inna, Włoch Waldemar</b>	135
Wirtualne wystawy w systemie zarządzania działalnością wystawienniczo-targową przedsiębiorstwa przemysłu lekkiego	
<b>Михайлюк Олена</b>	
Політика залучення додаткових послуг у готельному бізнесі Європи	138
<b>Моран Олександр</b>	141
Роль менеджменту у збільшенні прибутку підприємства	
	148

<b>Новік Ірина, Грімак Ігор, Дорошенко Євгеній</b>	
Вплив процесів злиття та поглинання на розвитку міжнародних бізнес-структур	
<b>Onysiuk Vitalii</b>	151
Management of the costs of the treasury single account under the conditions of martial law in ukraine	154
<b>Перерва Петро, Колотюк Вікторія, Колотюк Олена</b>	
Управління комерційними можливостями інтелектуального бізнесу	157
<b>Проскурня Олена, Шикерявий Сергій, Перерва Петро</b>	
Формування принципів міжнародного стартап проектування	161
<b>Рогов В'ячеслав</b>	
Роль hr бізнес-партнера в умовах цифрової трансформації бізнесу	164
<b>Смолич Дарія Валеріївна</b>	
Зростання фінансової життєздатності громадських об'єднань шляхом надання платних послуг	169
<b>Сусліков Станіслав, Перерва Петро, Сусліков Артем</b>	
Інформаційні технології в управлінні персоналом в міжнародному бізнесі	173
<b>Сьомак Владислав, Чуліпа Ігор</b>	
Формування системи ефективного управління конфліктами в організації	177
<b>Хомюк Наталія, Білоус Олександр</b>	
Інструменти ситуаційного менеджменту при транскордонному співробітництві	180
<b>Хумарова Ніна</b>	
Практика інтеграційного менеджменту: об'єднання країн басейну чорного моря для розвитку оздоровчо-реабілітаційного туризму та індустрії вражень	183
<b>Черепанова Вікторія, Подрез Ольга, Харін Данило</b>	
Інвестування міжнародного бізнесу з використанням венчурного капіталу	186
<b>Черняк Валентин, Рейкін Віталій</b>	
Digital-інструменти в діяльності інтернет-магазинів	189
<b>Черчик Артур</b>	
Європейський вектор відновлення економіки України	192

<b>Черчик Лариса</b>	
Концептуальні основи формування комунікаційного капіталу	
<b>Шершун Ольга</b>	195
Національний аналітичний вимір ннн-рибальства та безпеки рибних харчових продуктів в контексті простежуваності	198
<b>Yurkiv Nadiia</b>	203
Управління ризиками в умовах сталого розвитку підприємства risk management in the conditions of sustainable development of the enterprise	194
<b>Ющишина Лариса</b>	207
Крос-культурна компетентність як важливий аспект діяльності сучасного менеджера	
<b>Глізнуца Марина, Бібіков Євген, Жмутський Іван, Гринь Тарас</b>	210
Методи та моделі міжнародного економічного розвитку країн	





# КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО КАПІТАЛУ

**Лариса Черчик**

д.е.н., професор кафедри менеджменту

Волинський національний університет імені Лесі Українки

У сучасному світі, де спілкування відіграє ключову роль у всіх сферах життя, розуміння комунікаційного капіталу стає важливим для досягнення успіху в різних сферах життя.

Термін «комунікаційний капітал» вказує на можливості та ресурси, які індивід або організація може використовувати для ефективного спілкування, будування взаєморозуміння, підвищення довіри та досягнення цілей.

Використання терміну «комунікаційний капітал» є доцільним з кількох причин. Терміні «капітал» вказує на наявність цінних ресурсів, які можна використати для досягнення певних цілей. У випадку комунікаційного капіталу, ці ресурси представлені навичками, знаннями, контактами та іншими активами, які сприяють успішному спілкуванню, завдяки якому отримуються певні вигоди (дивіденди). Він підкреслює, що ефективна комунікація має велику цінність для організацій, спільнот та індивідуумів.

Використання терміну «капітал» підкреслює важливість стратегічного планування та управління комунікаційними ресурсами для досягнення цілей. Це допомагає розглядати комунікаційні зусилля як інвестиції, які можуть приносити вигоди у вигляді підвищеної довіри, репутації або успіху в бізнесі. Для низки сфер діяльності – це стратегічний актив.

Також термін «капітал» відображає ідею накопичення та використання ресурсів для створення вартості. Така аналогія допомагає краще зрозуміти важливість комунікаційних ресурсів для організацій та особистостей і підкреслює їх потенційну вартість. Тобто комунікаційний капітал може накопичуватися та збільшуватися з часом завдяки інвестуванню в комунікаційні навички, процеси та інструменти.

Капітал визначається не лише як накопичення ресурсів, але й як можливість їхнього використання для досягнення конкретних цілей. У випадку комунікаційного капіталу, це враховує значення взаємодії та спілкування для досягнення успіху.

Отже, використання терміну «комунікаційний капітал» доцільне, оскільки воно підкреслює важливість комунікаційних ресурсів як стратегічного активу, вказує на їхню потенційну вартість і сприяє кращому управлінню цими ресурсами для досягнення успіху та поставлених цілей.

При цьому наголошуємо на широкому розумінні комунікаційних здатностей, тобто не лише здатність до ефективного спілкування, але й різноманітні ресурси, які сприяють цьому процесу, такі як навички, знання, контакти, імідж, репутація тощо, які можна розвивати та максимально використовувати для досягнення поставлених цілей.

Терміну «комунікаційний капітал» характерна універсальність, оскільки він може використовуватися в різних сферах для підвищення ефективності спілкування та досягнення різноманітних цілей, включаючи освіту, бізнес, політику, громадський сектор.

У сфері бізнесу комунікаційний капітал допомагає підвищити довіру клієнтів, партнерів та співробітників, створює сприятливу репутацію компанії, сприяє залученню нових клієнтів та розширенню ринків.

У політиці комунікаційний капітал використовується для побудови довіри виборців, збільшення популярності політичних партій та кандидатів, а також для мобілізації громадської підтримки.

У громадській сфері комунікаційний капітал використовується для підвищення усвідомленості громадськості щодо певних проблем або ініціатив, мобілізації громадської думки та активізації громадянського суспільства.

У сфері освіти комунікаційний капітал використовується для підвищення якості спілкування учасників освітнього процесу, стимулювання їх активності, підвищення престижу та рейтингу закладів освіти.

У медіа комунікаційний капітал допомагає залучати аудиторію, підвищує рейтинги програм та видань, забезпечує репутаційний авторитет журналістів та медіа-брендів.

У сучасному інтернет-просторі комунікаційний капітал використовується для розвитку особистого та професійного бренду, підвищення впливу, розширення мережі контактів та сприяння розвитку особистих та професійних можливостей.

У міжнародній діяльності комунікаційний капітал використовується для підтримки міжнародних зв'язків,

дипломатичних відносин, сприяння міжкультурному взаєморозумінню та вирішенню міжнародних конфліктів.

Комунікаційний капітал – це сукупність ресурсів, які має особа, організація або бренд у сфері комунікаційних взаємодій з різними стейкхолдерами (клієнтами, співробітниками, громадськістю тощо). Цей капітал включає репутацію, образ, взаємодію з медіа, стосунки з громадськістю, контакти, наявність комунікаційних каналів тощо. Він визначається не лише кількістю цих ресурсів, але й їхньою якістю та ефективністю використання.

Дивіденди комунікаційного капіталу – це користь або вигода, яку індивід чи організація отримує в результаті ефективного використання свого комунікаційного потенціалу та ресурсів. До дивідендів комунікаційного капіталу можна віднести: збільшення довіри та лояльності; підвищення репутації; залучення уваги; посилення взаємодії; стимулювання інновацій; підвищення конкурентоспроможності, оскільки комунікаційний капітал може стати важливим джерелом конкурентної переваги для компаній та організацій, дозволяючи їм вирізнятися серед конкурентів; підвищення впливу; забезпечує стабільність та впевненість у взаємодії, що дозволяє уникнути конфліктів та розв'язати складні ситуації; здатність залучати підтримку та співпрацювати з іншими; залучення інвестицій (позитивний імідж та ефективна комунікація можуть зробити компанію привабливішою для інвесторів та фінансових партнерів); збільшення продуктивності команди.

Наявність комунікаційного капіталу працівників дозволяє отримувати та ефективніше використовувати ресурси для покращення внутрішньої та зовнішньої комунікації в організаціях, сприяє покращенню міжособистісних відносин, розумінню потреб та мотивації інших людей, а також ефективному вирішенню конфліктів.

Отже, вивчення комунікаційного капіталу є актуальним і важливим для розвитку особистості, організацій, суспільства загалом, оскільки сприяє покращенню спілкування, лідерських навичок, міжособистісних відносин та бізнесу.

**Наукове видання**

**ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА МЕНЕДЖМЕНТУ**

*Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*

*(23 травня 2024 року)*

Друкується в авторській редакції

Відповідальність за інформацію, викладену в публікаціях,  
несуть автори

Технічний редактор Мирослава Носко