

framework of the Jean Monnet Chair "Analysis and application of the European experience of democracy and good governance in Ukraine" project], Mariupol, May 18-19, 2017. DonDUU, Mariupol (in Ukr.).

8. Stern, D.I. (2004). The Rise and Fall of the Environmental Kuznets Curve. *World Development*, no. 8 (32), pp. 1419–1439.

9. Solow, R. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. *The Quarterly Journal of Economic*, February, no. 70, pp. 65-94.

10. Swan, Trevor W. (1956). Economic Growth and Capital Accumulation. *Economic Record*, November, no. 32, pp. 334-361.

11. Myrdal, G. (1957). Economic theory and underdeveloped regions. Duckworth, London.

12. Perroux, F. (1950). Economic space, theory and applications. *Econ*, no. 64(1), pp. 89–104.

13. Perroux, F. (1955). Note sur la notion de po^le de croissance. *Econ Appliq*, no. 7, pp. 307–320.

14. Kaldor, N. (1967). Strategic factors in economic development. Ithaca, New York.

15. Kaldor, N. (1970). The case for regional policies. *Econ*, no. 17(3), pp. 337–348.

16. Kaldor, N. (1972). The irrelevance of equilibrium economics. *Econ J*, no. 82(328), pp. 1237–1255.

17. Maddison, Angus (1982). Phases of Capitalist Development. Oxford University Press, Oxford.

18. Summers, R., and Heston, A. (1988). A New Set of International Comparisons of Real Product and Price Levels: Estimates for 130 Countries. *Review of Income and Wealth*, no. 34, pp. 1-25.

УДК 005.51 : 339.92

JEL Classification: M11,M21,F15,F69

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2022-4.88.02>

Інна Кормакова, к.е.н., ст. викладач,
<https://orcid.org/0000-0003-3237-9396>

Андрій Круглянко, к.е.н., доцент,
<https://orcid.org/0000-0002-4939-2901>

Оксана Верстяк, к.е.н., доцент,
<https://orcid.org/0000-0002-4222-4964>

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,
м. Чернівці

МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЯК ФАКТОРУ УСПІШНОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

Анотація

Актуальність. Постановка проблеми. Тема професійного спілкування підприємців із своїми партнерами саме у аспектах обґрунтування та просування своїх бізнес-ідей, їх детального професійного опису, виділення сильних сторін, розкриття

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО ТА МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

унікальності, інноваційних аспектів тощо залишається поза межами достатньої уваги при плануванні бізнесу як на етапах його започаткування, так і розвитку. Використання міжнародних стандартів комунікаційного менеджменту часто є епізодичним і не має системного характеру в українському бізнес-середовищі.

Мета дослідження полягає в обґрунтуванні адаптації комунікацій в бізнесі під міжнародні стандарти при започаткуванні нового бізнесу в Україні. **Методологія.** При побудові логіки і структури статті ми використали метод структурно-логічного аналізу. Для узагальнення підходів до гармонізації комунікативного менеджменту з міжнародними стандартами використані аналітичний та експертний методи, а також метод синтезу. **Результати.** Практика комунікативного менеджменту на українських підприємствах поширена переважно серед тих, які працюють з міжнародними партнерами і комунікації на рівні окремого напрямку менеджменту є не стільки елементом внутрішньої культури менеджменту, скільки вимогою спілкуватися з міжнародними партнерами. Водночас, комунікативний менеджмент – це важлива складова успіху бізнесу в будь-якій країні, зокрема і в Україні. Тому необхідно виділити низку інструментів комунікативного менеджменту, які сьогодні достатньо широко використовуються в українському бізнесі (PR-стратегії і медіаресурси, соціальні мережі, email-маркетинг, корпоративні журнали).

Аналогічно можна виділити низку міжнародних стандартів комунікативного менеджменту, які прямо чи опосередковано його торкаються: ISO 9001, ISO 14001, ISO 26000, ISO 31000, ISO 19600, а також Global Reporting Initiative (GRI) стандарт. Деякі інші стандарти, які можуть бути корисними для комунікативного менеджменту та бізнес-планування: ISO 22301, ISO 22316 та ISO 9004.

Запровадження у практику дотримання вимог згаданих стандартів значно прискорить процес гармонізації вимог до комунікацій і у сфері бізнес-планування і, як наслідок – до підвищення якості комунікації суб'єктів бізнесу в Україні із міжнародними партнерами, що безумовно відкриє нові горизонти для започаткування та розвитку бізнесу як в Україні, так і на міжнародних ринках. Адже комунікаційний менеджмент є важливим фактором успішності у бізнес-плануванні, оскільки ефективна комунікація є ключовим чинником успішної взаємодії з клієнтами, співробітниками та іншими зацікавленими сторонами. Основна мета комунікаційного менеджменту у цьому аспекті – забезпечення правильного розуміння та інформаційного обміну між всіма зацікавленими сторонами.

Практичне значення. Застосування міжнародних підходів до стандартизації у комунікаціях всередині організації та її зовнішніми контрагентами дає можливість суттєво підвищити якість обміну інформацією, ефективність прийняття управлінських рішень, побачити напрями деталізації критеріїв успішності бізнес-планування загалом та місця комунікаційного менеджменту у забезпеченні цієї успішності.

Перспективи подальших досліджень. Подальше дослідження спрямоване на конкретизацію напрямків гармонізації комунікативного менеджменту в українському бізнес-середовищі до міжнародних стандартів, деталізацію запровадження елементів комунікаційного менеджменту у процесах бізнес-планування та комплексне використання комунікаційного менеджменту як одного із ключових факторів успіху новоствореного бізнесу в Україні з огляду на перспективні можливості, що відкриються у контексті післявоєнної відбудови.

Ключові слова: міжнародні стандарти, комунікаційний менеджмент, бізнес-планування, ключові фактори успіху.

Кількість джерел: 8.

Inna Kormakova, Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer,

<https://orcid.org/0000-0003-3237-9396>

Andriy Kruhlyanko, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,

<https://orcid.org/0000-0002-4939-2901>

Oksana Verstiak, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor,

<https://orcid.org/0000-0002-4222-4964>

Chernivtsi Institute of Trade and Economic of SUTE, Chernivtsi

INTERNATIONAL ASPECTS OF COMMUNICATION MANAGEMENT AS A SUCCESS FACTOR OF BUSINESS PLANNING

Summary

The topic of professional communication of entrepreneurs with their partners in the aspects of substantiating and promoting their business ideas, their detailed professional description, highlighting strengths, revealing uniqueness, innovative aspects, etc. remains beyond the scope of sufficient attention when planning a business both at the stages of its initiation and development. The use of international communication management standards is often episodic and does not have a systemic nature in the Ukrainian business environment.

The practice of communicative management in Ukrainian enterprises is widespread mainly among those who work with international partners, and communication at the level of a separate direction of management is not so much an element of the internal culture of management but a requirement to communicate with international partners. At the same time, communication management is an important component of business success in any country, including Ukraine. Therefore, it is necessary to highlight a number of communication management tools that are widely used today in a Ukrainian business (PR strategies and media resources, social networks, email marketing, corporate journals).

Similarly, a number of international communication management standards can be identified that directly or indirectly affect it: ISO 9001, ISO 14001, ISO 26000, ISO 31000, ISO 19600, as well as the Global Reporting Initiative (GRI) standard. Some other standards that can be useful for communication management and business planning are ISO 22301, ISO 22316 and ISO 9004.

The introduction into practice of compliance with the requirements of the mentioned standards will significantly speed up the process of harmonization of requirements for

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО ТА МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

communications and in the field of business planning, and as a result - to improve the quality of communication of business entities in Ukraine with international partners, which will definitely open new horizons for starting and developing business as in Ukraine and on international markets. After all, communication management is an important success factor in business planning, since effective communication is a key factor in successful interaction with clients, employees, and other stakeholders. The main goal of communication management in this aspect is to ensure correct understanding and information exchange between all interested parties.

Keywords: international standards, communication management, business planning, key success factors.

Number of sources - 8.

Постановка проблеми. Незважаючи на значну увагу до досліджень підприємництва як явища, викладання та навчання за різноманітними освітніми програмами основам підприємництва та/або бізнес-планування як у професійних закладах вищої освіти, так і на різноманітних коротких курсах поза адекватною увагою залишається тема професійного спілкування підприємців із своїми партнерами саме в аспектах обґрунтування та просування своїх бізнес-ідей, їх детального професійного опису, виділення сильних сторін, розкриття унікальності, інноваційних аспектів тощо. З іншого боку, існує комунікаційний менеджмент як система управління, що за допомогою засобів інтегрованої комунікації з цільовими аудиторіями сприяє досягненню максимальної ефективності за всіма напрямками розвитку організації в умовах змінного зовнішнього середовища [1]. При цьому сам предмет комунікаційного менеджменту здебільшого ігнорує цю групу управлінців-підприємців, які по своїй суті є повноцінними суб'єктами комунікаційного процесу. Враховуючи посилення динамізму зовнішнього середовища бізнесу його інтеграцією в міжнародний економічний простір, поживлення гармонізації українських бізнес-комунікацій із міжнародними стандартами та вимогами, посилення необхідності забезпечити готовність українського бізнесу до отримання можливостей доступу до ресурсів від міжнародних донорів для післявоєнної відбудови економіки України, проблема комунікацій в управлінні бізнесом в Україні виходить на новий рівень актуальності.

Аналіз досліджень і публікацій. Питання комунікацій досліджуються активно як зарубіжним науковим середовищем, так і українським. Джон Спартц та Райан Вебер у своїй праці [2] вказують на необхідність володіння комунікаційними навичками підприємцям при старті бізнесу або впровадженні нових бізнес-ідей, акцентуючи на тому, що підприємці високо цінують такі навички, адже їм доводиться створювати величезну кількість документів на різних етапах своєї діяльності.

О. Кірев розглядає питання бізнес-комунікацій з точки зору їх місця у системі управління підприємством, зокрема інноваційними, акцентуючи на їх важливому значенні для вдосконалення ефективного обміну інформацією в управлінні підприємством та організації його діяльності [3].

І. Якубенко, досліджуючи комунікаційні аспекти в управлінні підприємствами, наголошує на їх інтернаціоналізації, слушно відзначаючи інтенсивність впровадження нових інформаційно-комунікаційних технологій та стрімкий розвиток інтернет-технологій, що суттєво впливає на комунікаційний процес в бізнес-середовищі [4].

Дослідження Н. Шмиголь та В. Цокур [5] торкаються питань використання різноманітних інформаційних систем для комунікацій з інвесторами, з партнерами, для здійснення інформаційних комунікацій всередині організації.

М. Руда та Н. Лев у своїй праці [6] висвітлюють міжнародний аспект бізнес-комунікацій як форми багатосторонніх комунікацій у сфері ділових відносин суб'єктів з метою ефективнішої реалізації їх стратегічних та тактичних цілей з використанням провідних ІТ-технологій. Автори підкреслюють, що це дає додаткові можливості забезпечити ефективність бізнесу та його успішність.

Однак зазначимо недостатність наукової уваги до вивчення комунікаційних процесів з точки зору фактору успішності бізнесу для новостворених підприємств, зокрема при підготовці бізнес-плану або розробці стратегії виходу на ринок.

Формулювання мети, цілей та завдань. Тому метою даного дослідження стало обґрунтування адаптації комунікацій в бізнесі під

міжнародні стандарти при започаткуванні нового бізнесу в Україні.

Для цього необхідно вирішити наступні завдання:

- визначити необхідність адаптації комунікаційного менеджменту в Україні до міжнародних стандартів;
- обґрунтування комунікаційного менеджменту як фактора успішності бізнес-планування.

Виклад основного матеріалу. Практика комунікативного менеджменту на українських підприємствах поширена переважно серед тих, які працюють з міжнародними партнерами, і комунікації на рівні окремого напрямку менеджменту є не стільки елементом внутрішньої культури менеджменту, скільки вимогою спілкуватися з міжнародними партнерами. Проведені нами нерепрезентативні опитування свідчать про епізодичність та несистемність використання принципів та інструментів комунікативного менеджменту у повсякденній практиці частини українського бізнесу.

Водночас, комунікативний менеджмент – це важлива складова успіху бізнесу в будь-якій країні, зокрема і в Україні. Можна виділити низку інструментів комунікативного менеджменту, які сьогодні достатньо широко використовуються в українському бізнесі:

1. PR-стратегії і медіа-ресурси: багато компаній в Україні використовують їх, щоб рекламувати свої бренди та продукти. Це може включати в себе створення прес-релізів, участь в інтерв'ю, проведення прес-конференцій тощо.

2. Соціальні мережі є важливим каналом комунікації для бізнесу в Україні. Багато компаній використовують їх для взаємодії зі своїми клієнтами, підтримки бренду та реклами продуктів.

3. Email-маркетинг – інструмент комунікативного менеджменту, який дозволяє компаніям спілкуватися зі своїми клієнтами через електронну пошту. Це може бути використано для надсилання новин, пропозицій та інших повідомлень.

4. Корпоративні журнали та бюлетені: деякі компанії в Україні створюють свої власні, які вони розсилають своїм клієнтам та співробітникам. Ці видання можуть містити інформацію про нові продукти, послуги та інші новини компанії.

5. Комунікація зі співробітниками. Ефективна комунікація є

ключовим елементом успіху будь-якої компанії.

Щодо міжнародних стандартів комунікативного менеджменту, то можна виділити деякі стандарти, які прямо чи опосередковано торкаються комунікативного менеджменту [7]:

- ISO 9001: цей стандарт визначає вимоги до системи управління якістю компанії, включаючи комунікативний менеджмент. Він орієнтований на підвищення ефективності бізнесу шляхом встановлення процесів, які забезпечують якість виробництва та обслуговування клієнтів.

- ISO 14001: цей стандарт стосується системи управління довкіллям. Комунікативний менеджмент входить до складу цієї системи, оскільки компанії повинні встановлювати зв'язки з зацікавленими сторонами та публікувати інформацію про свої екологічні зусилля.

- ISO 26000: цей стандарт визначає принципи соціальної відповідальності бізнесу. Комунікативний менеджмент входить до складу цього стандарту, оскільки компанії повинні взаємодіяти зі зацікавленими сторонами та публікувати інформацію про свої соціальні зусилля.

Певною мірою інструментом комунікативного менеджменту може стати долучення суб'єкта бізнесу до Global Reporting Initiative (GRI): цей стандарт визначає принципи створення звітування про сталість компанії. Комунікативний менеджмент входить до складу цього стандарту, оскільки компанії повинні взаємодіяти зі зацікавленими сторонами та публікувати інформацію про свої соціальні та екологічні зусилля [8].

При плануванні бізнесу в Україні доцільно також розглянути стандарти, які стосуються як комунікативного менеджменту, так і бізнес-планування одночасно. Одним з найбільш відомих стандартів у цій області є стандарт ISO 31000 «Менеджмент ризиків. Принципи та рекомендації». Цей стандарт визначає принципи та рекомендації для ефективного управління ризиками в організації, включаючи комунікативний менеджмент та бізнес-планування.

Іншим важливим стандартом є ISO 19600 «Системи управління дотриманням вимог». Цей стандарт стосується управління

ризиками, пов'язаними з невиконанням вимог законодавства, етичних стандартів та інших вимог, що стосуються бізнесу. Він також містить рекомендації щодо комунікативного менеджменту та бізнес-планування.

Деякі інші стандарти, які можуть бути корисними для комунікативного менеджменту та бізнес-планування, включають ISO 22301 «Системи управління неперервністю бізнесу», ISO 22316 «Забезпечення ініціатив з підвищення стійкості та відповідності до них» та ISO 9004 «Управління для досягнення сталого успіху організації».

Запровадження у практику дотримання вимог згаданих стандартів значно прискорить процес гармонізації вимог до бізнес-планування і, як наслідок – до підвищення якості комунікації суб'єктів бізнесу в Україні із міжнародними партнерами, що безумовно відкриє нові горизонти для започаткування та розвитку бізнесу як в Україні, так і на міжнародних ринках.

Сьогодні диктує серед інших факторів успішності в українському бізнес-середовищі використання системи (або хоча б її елементів) комунікаційного менеджменту. Особливо це стосується новоствореного бізнесу, адже стартувати за міжнародними стандартами значно легше, ніж впроваджувати складні і часом радикальні зміни в працюючому бізнесі при переході на міжнародні стандарти бізнес-планування та комунікації.

Комунікаційний менеджмент є важливим фактором успішності у бізнес-плануванні, оскільки ефективна комунікація є ключовим чинником успішної взаємодії з клієнтами, співробітниками та іншими зацікавленими сторонами. Основна мета комунікаційного менеджменту у цьому аспекті – забезпечення правильного розуміння та інформаційного обміну між всіма зацікавленими сторонами.

Крім того, ефективний комунікаційний менеджмент може покращити бізнес-план за допомогою:

1. Забезпечення точної та своєчасної інформації. Відправлення правильної та своєчасної інформації може допомогти в уникненні непорозумінь та помилок, що можуть призвести до негативного впливу на бізнес-план.

2. Створення довіри між всіма зацікавленими сторонами. Ефективна комунікація може допомогти створити довіру між компанією та її клієнтами, партнерами, співробітниками та іншими зацікавленими сторонами. Це може сприяти підвищенню рівня задоволення клієнтів та залученню нових клієнтів до бізнесу.

3. Ефективного управління ризиками. Ефективний комунікаційний менеджмент може допомогти управляти ризиками, пов'язаними з бізнес-планом, шляхом попередження можливих проблем та швидкого реагування на них.

4. Підвищення ефективності та продуктивності. Ефективна комунікація може допомогти забезпечити високий рівень ефективності та продуктивності в компанії, зменшити час, необхідний для досягнення мети.

5. Ефективної комунікації із зацікавленими сторонами. Успіх бізнесу залежить від взаємодії зі зацікавленими сторонами, такими як клієнти, партнери, інвестори та регулятори. Комунікаційний менеджмент може допомогти взаємодіяти з цими сторонами шляхом забезпечення ефективної комунікації та розуміння їхніх потреб.

6. Впливу на репутацію компанії. Комунікаційний менеджмент може допомогти підтримати репутацію компанії, забезпечивши належне сприйняття її бренду та послуг клієнтами та іншими зацікавленими сторонами.

7. Забезпечення ефективності внутрішнього спілкування. Ефективний комунікаційний менеджмент може поліпшити внутрішнє спілкування в компанії, що сприятиме розвитку командної роботи та покращенню роботи компанії загалом.

8. Підвищення конкурентоспроможності. Комунікаційний менеджмент може допомогти компанії виграти перевагу над конкурентами, забезпечивши ефективну комунікацію з клієнтами та іншими зацікавленими сторонами.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Системне використання комунікаційного менеджменту ще не є складовою частиною внутрішньої культури менеджменту серед більшості українських діючих підприємств. Аналогічно і серед новостворених бізнесів практика використання елементів

комунікаційного менеджменту ще не стала масовою та не відповідає міжнародним стандартам та підходам.

Водночас гармонізація підходів до бізнес-планування у відповідності до міжнародних стандартів і міжнародної практики потенційно спроможна суттєво посилити успішність започаткування бізнесу загалом та через створення і презентацію бізнес-планів та бізнес-ідей зокрема.

Тому перспективи подальших досліджень є досить широкими: конкретизація напрямів гармонізації комунікативного менеджменту в українському бізнес-середовищі до міжнародних стандартів, деталізація запровадження елементів комунікаційного менеджменту при написанні, презентації та реалізації бізнес-планів та комплексне використання комунікаційного менеджменту як одного із ключових факторів успіху новоствореного бізнесу в Україні з огляду на перспективні можливості, що відкриються у контексті післявоєнної відбудови.

Список використаних джерел:

1. Шпак Н. О. Комунікаційний менеджмент: сутність та розвиток. *Економіка та держава*. 2010. №2. С. 30-33. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2010/10.pdf (дата звернення: 01.07.2022).
2. Spartz, J. M., & Weber, R. P., 2015. Writing Entrepreneurs: A Survey of Attitudes, Habits, Skills, and Genres. *Journal of Business and Technical Communication*, 29(4):428-455. DOI: <https://doi.org/10.1177/1050651915588145> (дата звернення: 01.07.2022).
3. Кірев О. В. Типологія бізнес-комунікацій інноваційно-активного промислового підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2014. № 4. С. 39-46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/есмебі_2014_4_8. (дата звернення: 01.07.2022).
4. Якубенко І. М. Розвиток комунікацій на підприємстві. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2017. № 1. С. 107-113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/есмебі_2017_1_18 (дата звернення: 01.07.2022).
5. Шмиголь Н. М., Цокур В. Ю. Організаційно-економічні методи управління підприємством з використанням інформаційних систем. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2017. № 3. С. 54-58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2017_3_12 (дата звернення: 01.07.2022).
6. Руда М. В., Лев Н. Ю. Міжнародні бізнес-комунікації в системі інформаційного забезпечення підприємства. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. 2013. № 769. С. 182-189. URL: <https://oldena.lpnu.ua/bitstream/ntb/23565/1/28-182-189.pdf> (дата звернення: 15.07.2022).
7. International Organization for Standardization. Popular standards. URL: <https://www.iso.org/popular-standards.html> (дата звернення: 01.07.2022).
8. Global Reporting Initiative. How to use the GRI Standards. URL:

<https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-english-language>
(дата звернення: 01.07.2022).

References:

1. Shpak, N.O. (2010). Communication management: essence and development. *Ekonomika ta derzhava [Economy and the state]*, no. 2, pp. 30-33. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2010/10.pdf (Accessed: 01.07.2022) (in Ukr.).
2. Spartz, J.M., & Weber, R.P. (2015). Writing Entrepreneurs: A Survey of Attitudes, Habits, Skills, and Genres. *Journal of Business and Technical Communication*, no. 29(4), pp. 428-455. DOI: <https://doi.org/10.1177/1050651915588145> (Accessed: 01.07.2022).
3. Kiryev, O.V. (2014). Typology of business communications of an innovatively active industrial enterprise. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes [Economy. Management. Business]*, no. 4, pp. 39-46. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2014_4_8 (Accessed: 01.07.2022) (in Ukr.).
4. Yakubenko, I.M. (2017). Development of communications at the enterprise. *Ekonomika. Menedzhment. Biznes [Economy. Management. Business]*, no. 1, pp. 107-113. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2017_1_18 (Accessed: 01.07.2022) (in Ukr.).
5. Shmyhol, N.M., Tsokur, V.Yu. (2017). Organizational and economic methods of enterprise management using information systems. *Derzhava ta rehiony. Seriya : Ekonomika ta pidpryyemnytstvo [State and regions. Series: Economy and entrepreneurship]*, no. 3, pp. 54-58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/drep_2017_3_12 (Accessed: 01.07.2022) (in Ukr.).
6. Ruda, M.V., Lev, N.Yu. (2013). International business communications in the enterprise information support system. *Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politehnika». Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University. Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development]*, no. 769, pp. 182-189. URL: <https://oldena.lpnu.ua/bitstream/ntb/23565/1/28-182-189.pdf> (Accessed: 15.07.2022) (in Ukr.).
7. International Organization for Standardization. Popular standards. URL: <https://www.iso.org/popular-standards.html> (Accessed: 01.07.2022).
8. Global Reporting Initiative. How to use the GRI Standards. URL: <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-english-language> (Accessed: 01.07.2022).