

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ ГАРМОНІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

<https://doi.org/10.23939/smeu2021.01.059>

© Харчук В. Ю., 2021

Розглянуто міжнародні та вітчизняні напрацювання із проблеми виокремлення показників оцінювання гармонійного розвитку підприємств. На основі систематизації різних підходів до формування та складу індикаторів, наведених у міжнародних стандартах та наукових дослідженнях за окресленою проблематикою, розвинено систему показників оцінювання гармонійного розвитку, адаптовану для потреб вітчизняних підприємств. Запропоновано формувати систему показників оцінювання гармонійного розвитку суб’єктів господарювання відповідно до сфер та критеріїв “результативність”, “розвиток”, “взаємодія із стейкхолдерами”. Останнє дасть змогу повною мірою врахувати як специфіку досліджуваного явища, так і особливості адаптації ідей гармонійного розвитку в бізнес-практиці.

Ключові слова: система показників; гармонійний розвиток суб’єктів господарювання; показник оцінювання гармонійного розвитку.

Постановка проблеми

Питання пошуку та адаптації сучасних підходів до забезпечення довгострокового та багатовекторного розвитку суб’єктів господарювання є актуальною вимогою сьогодення. Одним із способів започаткування та підтримання такого розвитку є адаптація ідей концепції гармонійного розвитку (“*sustainable development*”). Водночас означена процедура потребує використання релевантних показників, які одночасно відображатимуть як визначальні характеристики гармонійного розвитку у всіх його проявах, так і вихідні умови функціонування підприємств.

Актуальність дослідження

Сьогодні існує чимало підходів до окреслення показників оцінювання гармонійного розвитку, наведених у низці міжнародних стандартів, загальноновизнаних індексах та рейтингах, наукових дослідженнях вітчизняних та закордонних фахівців. Разомі з тим, діяльність суб’єктів господарювання зазнає впливу з боку непередбачуваних викликів навколишнього середовища, запитів широкого кола стейкхолдерів, що, як наслідок, ускладнює відстеження та підтримання гармонійного розвитку організації загалом. Вирішити окреслену проблематику можливо за умови застосування релевантного, наскрізного та системного аналізування гармонійного розвитку, що враховуватиме одночасно багатоаспектність досліджуваного явища, реальні умови функціонування підприємств та рівень упроваджених на підприємстві ініціатив із гармонійного розвитку. Останнє забезпечується застосуванням адекватної та репрезентативної системи показників, яка відображає властивості означеного розвитку, а також може застосовуватись для різноманітних потреб підприємства – як тих, що лише на початковій стадії адаптації ідей гармонійного розвитку, так і тих, що імплементують окреслені ініціативи на системній основі.

Формулювання мети та завдань статті

З огляду на зазначене, метою цієї статті є:

- дослідження підходів до формування та складу індикаторів оцінювання гармонійного розвитку суб'єктів господарювання, наведених у міжнародних стандартах, рейтингах, індексах та наукових публікаціях, які стосуються цієї проблематики;
- розроблення комплексної структури системи показників оцінювання гармонійного розвитку суб'єктів господарювання;
- розвиток системи показників оцінювання гармонійного розвитку для потреб вітчизняних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Дослідження показників оцінювання гармонійного розвитку підприємств доцільно розпочати із загальновизнаної міжнародної методики, розробленої Глобальною ініціативою зі звітності (GRI) [1], у якій наведено істотний перелік кількісних та якісних показників економічного, соціального та екологічного аспектів, сформованих для підприємств незалежно від розмірів та галузей економіки. Цікаво, що обов'язковим є відображення особливостей управління для кожного підприємства. Як справедливо зазначено у дослідженні [2], багато пропонованих показників інформативні переважно для зовнішніх стейкхолдерів та менш придатні для прийняття управлінських рішень. Заслугове на увагу система показників, запропонована методикою визначення Групи індексів гармонійного розвитку Доу-Джонса (Dow Jones Sustainability Group Index (DJSGI) [3]. Як і попередня методика, визначення цього індексу ґрунтується на обчисленні індикаторів за трьома проєкціями гармонійного розвитку з урахуванням можливостей та ризиків у кожній із окреслених сфер. Однією із основних переваг використання показників, наведених у цій методиці, є те, що вони дають компанії змогу одразу і зосередитись на “вузьких” аспектах в імплементації гармонійного розвитку, й окреслити ділянки, що потребують прискіпливішої уваги. У практиці закордонних компаній доволі часто використовується система показників оцінювання гармонійного розвитку, розроблена World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) [4], яка являє собою сукупність універсальних та специфічних показників для аналізування економічної складової діяльності підприємства та його впливу на навколишнє природне середовище [2, с. 43]. Окрім перелічених вище методик, заслугове на увагу MSCI KLD 400 Social Index [256], який містить сукупність індикаторів, покликаних відобразити здійснені ініціативи суб'єкта господарювання у напрямку захисту довкілля, соціальних аспектів та особливостей управління компанією. Визначальною особливістю показників, що формують цей індекс, є те, що вони ґрунтуються на міжнародних стандартах ESG [172], а основними користувачами результатів такого оцінювання є більшою мірою наявні та потенційні інвестори.

Аналізування вітчизняних та закордонних досліджень [6–18] свідчить, що переважно розроблення показників оцінювання гармонійного розвитку здійснюється за трьома його сферами (економічною, соціальною та захисту навколишнього природного середовища); окремі закордонні дослідники [6; 15; 15; 19; 20] раціональнішим вважають застосування показників, наведених у методиці GRI, або показників, спеціально розроблених для конкретного підприємства чи галузі. Водночас залишається відкритим питання про розроблення системи показників, що враховуватиме одночасно потреби як самого суб'єкта господарювання, так і його стейкхолдерів, буде придатною для організацій, що перебувають на різних етапах започаткування та імплементації заходів із гармонійного розвитку, та дасть змогу простежувати динаміку окресленого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження

У контексті дослідження гармонійного розвитку (ГР) суб'єктів господарювання запропоновано інтерпретувати його сутність [21] як “процес формування та підтримання інклюзивних якісно нових характеристик діяльності підприємства, що у своїй сукупності сприяє еволюційному розвитку, збалансуванню цілей за різними сферами такого розвитку та ресурсів підприємства, на засадах взаємодії із широким колом стейкхолдерів”. Одночасно було запропоновано виокремлювати такі сфери гармонійного розвитку, як економічна, соціальна, довкілля, управління та

культури [21]. З огляду на зазначене, пропонуємо удосконалити систему показників оцінювання гармонійного розвитку для виокремлених п'яти сфер.

Таблиця 1

Комплексна структура системи показників оцінювання гармонійного розвитку суб'єктів господарювання*

Сфери	Елементи	Критерії	Показники
I. Економічна сфера	Е1. Фінансовий розвиток	Е1(2/3).1. Результативність Е1(2/3).2. Розвиток Е1(2/3).3. Взаємодія зі стейкхолдерами	Е1.1.1...
	Е2. Інвестиційний розвиток		Е1.2.1...
	Е3. Ринкове позиціонування		Е1.3.1...
II. Сфера довкілля	Д1. Охорона атмосферного повітря	Д1(2/3).1. Результативність Д1(2/3).2. Розвиток Д1(2/3).3. Взаємодія зі стейкхолдерами	Д1.1.1...
	Д2. Використання природних ресурсів		Д1.2.1...
	Д3. Використання матеріальних ресурсів		Д2.1.1...
III. Соціальна сфера	С1. Працівники	С1(2/3).1. Результативність С1(2/3).2. Розвиток С1(2/3).3. Взаємодія зі стейкхолдерами	Д2.2.1...
	С2. Споживачі		Д3.1.1...
	С3. Суспільство		Д3.2.1...
IV. Сфера управління	У1. Система управління	У1(2/3).1. Результативність У1(2/3).2. Розвиток У1(2/3).3. Взаємодія зі стейкхолдерами	С1.1.1...
	У2. Юридична відповідальність		С1.2.1...
	У3. Прозорість бізнесу		С2.1.1...
V. Сфера культури	К1. Етика ведення бізнесу	К1(2/3).1. Результативність К1(2/3).2. Розвиток К1(2/3).3. Взаємодія зі стейкхолдерами	С2.2.1...
	К2. Етика міжособистісного спілкування		С3.1.1...
	К3. Інформаційна відповідальність		С3.2.1...

* Розробка автора.

Аналізування практики заповнення звітності із гармонійного розвитку вітчизняними суб'єктами господарювання засвідчило, що організації перебувають на різних етапах імплементації ініціатив із гармонійного розвитку; концентруються на різних аспектах його відображення, що зумовлено специфікою їхньої діяльності, усвідомленням такої потреби, фінансовими можливостями та здатністю самостійно обліковувати та здійснювати моніторинг таких заходів. Водночас виникають труднощі із зарахуванням задекларованих у звіті заходів до тих, що вже реалізувались й демонструють позитивний вплив, та тих, що формують підґрунтя для майбутніх ініціатив та позитивні ефекти яких дещо відтерміновані у часі. Відкритим залишається питання взаємодії із зацікавленими сторонами у контексті налагодження такої співпраці в межах кожної із окреслених сфер. З огляду на зазначене, пропонуємо виокремити у системі показників такі критерії: “ефективність”, “розвиток” та “взаємодія із стейкхолдерами”, тобто формувати систему показників для кожної із виокремлених сфер гармонійного розвитку та за пропонованими критеріями аналізування (див. табл. 1).

З метою удосконалення системи індикаторів для оцінювання досліджуваного явища необхідно уточнити термін “показник гармонійного розвитку”, який рекомендовано трактувати як кількісний або якісний вимірник властивостей, стану, ефектів та змін такого розвитку. Як результат, метою окреслення зазначених показників є не лише об'єктивне та релевантне відображення зусиль та практичних кроків організації у напрямі адаптації багатовекторних проявів гармонійного розвитку, а й окреслення наявних передумов, що мотивуватимуть суб'єктів господарювання до системної імплементації таких ініціатив та забезпечуватимуть відстеження зміни стану/рівня такого розвитку.

На основі аналізування наукової літератури [2–20], міжнародних стандартів ISO [23–27], які описують та визначають окремі аспекти гармонійного розвитку, міжнародних стандартів та рекомендацій із гармонійного розвитку [1; 3–5] та особливостей формування та відображення у звітності імплементації ідей гармонійного розвитку вітчизняними підприємствами [22] можна запропонувати таку систему показників оцінювання гармонійного розвитку суб'єктів господарювання в окремих сферах:

I. Економічна сфера:

E1. Фінансовий аспект

Показники результативності – спрямовані на визначення поточної фінансової результативності діяльності підприємства. Показники цього критерію окреслюють поточний фінансовий результат. Відстеження їх у динаміці дає змогу констатувати наявність/відсутність фінансового розвитку підприємства загалом.

E1.1.1. ЕБІТ (операційний прибуток) (грошові одиниці (гр. од.) є основним вимірником рівня прибутку основної діяльності підприємства.

E1.1.2. Загальна величина активів (гр. од.) вказує на існування засобів, що забезпечують як функціонування підприємства загалом, так і можливості отримання прибутків від різних видів діяльності (операційної, фінансової та інвестиційної).

E1.1.3. Загальна сума витрат на операційну діяльність (гр. од.) – визначається як сума основних витрат за елементами, що належать до такої діяльності. Зазначимо, що цей показник інформує як внутрішніх, так і зовнішніх стейкхолдерів про собівартість виробленої підприємством продукції та вказує на раціональність політики ціноутворення підприємства.

E1.1.4. ROA (рентабельність активів за рік, %).

E1.1.5. ROS (рентабельність продажу за рік, %).

E1.1.6. Загальна ліквідність підприємства (%) – цей показник надзвичайно актуальний для з'ясування здатності підприємства у довгостроковій перспективі відповідати за своїми поточними зобов'язаннями (за рік).

E1.1.5. Частка боргового капіталу у його загальній сумі (%) – дає уявлення про ступінь використання підприємством запозичених ресурсів та його залежність від зовнішніх джерел фінансування.

Показники розвитку – спрямовані на аналізування фінансових передумов та можливостей підприємства забезпечити підтримання економічного розвитку в довгостроковій перспективі.

E1.2.1. Загальна сума чистого прибутку (гр. од.) – з погляду фінансового забезпечення ініціатив із гармонійного розвитку прибуток може виступати одним із основних його джерел.

E1.2.2. Темп зміни чистого прибутку (%) – зазначений показник наочно демонструє наявність розвитку за економічним аспектом діяльності підприємства. Тому наявність зростання прибутку у відсотковому вираженні є аргументом на користь існування позитивних змін на підприємстві.

E1.2.3. Нерозподілений прибуток (гр. од.) – такий прибуток не обов'язково існує на підприємстві, водночас його існування свідчить про наявність вільної частини прибутку, яку можна спрямувати на удосконалення діяльності підприємства, зокрема на заходи із гармонійного розвитку.

E1.2.4. Загальна сума капітальних витрат (гр. од.) – ілюструє позицію підприємства у напрямі удосконалення матеріальних та нематеріальних активів.

E1.2.5. Темп зміни капітальних витрат підприємства (%) – наявність зростання за означеним показником свідчить, що підприємство системно спрямовує фінансові ресурси на покращення матеріально-технічної бази та створення передумов інноваційної діяльності. Зазначений показник особливо актуальний для підтримання гармонійного розвитку в довгостроковій перспективі.

E1.2.6. Економічна додана вартість (гр. од.) – свідчить про прибутковість підприємства з урахуванням вартості капіталу, залученого для фінансування поточної діяльності.

E1.2.7. Ринкова додана вартість (гр. од.) – цей показник інформує про додаткову вигоду, яку підприємство згенерувало на фінансовому ринку як результат ефективного використання вкладеного капіталу.

Наведені вище показники доданої вартості дають уявлення про здатність підприємства генерувати додатковий прибуток: у першому випадку – в результаті раціонального використання залученого капіталу; у другому – завдяки формуванню у інвесторів переконання про майбутнє фінансове зростання. Тобто означені показники свідчать про фінансовий розвиток підприємства.

Показники взаємодії із стейкхолдерами – націлені на аналізування стану та особливостей урахування підприємством запитів релевантних стейкхолдерів, спрямованих на покращення фінансового результату підприємства загалом.

E1.3.1. Контакти зі стейкхолдерами (к-сть) – загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (власниками, топ-менеджментом, представниками контролюючих фінансових інституцій) у вигляді інтерв'ю, опитувань, звітів, прес-релізів, зустрічей із фокус-групами тощо за певний період часу.

E1.3.4. Загальна сума сплачених податків (гр. од.) – свідчить про фінансову відповідальність суб'єкта господарювання перед державними фіскальними органами.

E1.3.5. Загальна сума сплачених штрафів за недотримання чинного законодавства (гр. од.) – інформує про випадки порушення фінансової дисципліни, а також недотримання законодавчо встановлених норм провадження підприємницької діяльності.

E2. Інвестиційний аспект

Показники результативності – спрямовані на визначення поточних результатів інвестиційної діяльності підприємства як однієї із головних передумов його економічного зростання. Показники цього критерію окреслюють як прибутковість інвестицій, яку підприємство може згенерувати на вкладені ресурси, так і відображення стратегії підприємства в сфері самофінансування.

E2.1.1. Ринкова капіталізація (гр. од.) – показник інформує про ринкову вартість підприємства з погляду інвестиційних очікувань, що склались на певний момент часу.

E2.1.2. Рентабельність інвестицій (%).

E2.1.3. Рентабельність акціонерного капіталу (%).

Наведені вище показники прибутковості віднесені до цього критерію з метою інформування як наявних, так і потенційних інвесторів про інвестиційну привабливість підприємства, що

одночасно свідчить про наміри підприємства втілювати заходи, спрямовані на підтримання довготривалого функціонування суб'єкта господарювання.

E2.1.4. Показник реінвестування (%) являє собою відношення загальної суми реінвестованого прибутку до загальної суми чистого прибутку підприємства. Першочергова мета зарахування цього показника до критерію ефективності – продемонструвати, що підприємство усвідомлює необхідність модернізації виробничо-господарської діяльності та готове використовувати власний фінансовий результат на окреслені цілі.

E2.1.5. Показник виплат дивідендів (%) – частка прибутку підприємства, що виплачується власникам акцій у вигляді дивідендів. З погляду гармонійного розвитку цей показник інформує як про ефективність дивідендної політики, так і про відповідальність підприємства перед постачальниками капіталу. Загальновідомо, що значення цього показника зумовлене фінансовою стратегією з приводу розподілу прибутку, поточними інвестиційними проєктами, етапом життєвого циклу компанії, умовами ринку та специфікою галузі тощо.

Показники розвитку спрямовані на аналізування передумов та можливостей підприємства для започаткування та підтримання його інвестиційного розвитку в довгостроковій перспективі.

E2.2.1. Загальна сума витрат на R&D (гр. од.). Інтелектуалізація продукції та послуг є не лише об'єктивною вимогою сьогодення, а й запорукою розвитку підприємства загалом. Обчислення зазначеного показника сприятиме узагальненому розумінню здатності компанії ініціювати та впроваджувати інновації. Зазначимо, що рівень витрат на дослідження й розробки варіюватиметься не лише залежно від фінансових результатів підприємства та особливостей галузі, а й визначатиметься швидкістю, з якою нові продукти чи процеси необхідно впроваджувати для утримання конкурентної переваги, та доцільністю здійснення оптимізації витрат на собівартість продукції загалом.

E2.2.2. Показник інноваційного потенціалу (%) відображає частку витрат на дослідження й розробки у загальній сумі витрат. Зазначений показник доповнює попередній і разом вони формують уявлення про розмір фінансових ресурсів, спрямованих на пошуки способів удосконалення продукції та процесів на підприємстві. Одночасно зазначені показники вказують на фактори, що безпосередньо впливають на результат здійснення інноваційної діяльності.

E2.2.3. Темп зміни показника інноваційного потенціалу (%). Наведений показник інформує про системність та послідовність дій підприємства у напрямку здійснення інноваційної діяльності та її фінансової підтримки.

Окреслені вище показники зараховано до критерію “розвиток” з огляду на те, що інноваційна діяльність підприємства одночасно сприяє досягненню позитивного впливу на бізнес (як через формування конкурентної переваги на ринку, так і в результаті удосконалення внутрішніх процесів), а також є важливим аргументом на користь підвищення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

E2.2.4. Темп зміни ринкової капіталізації за певний період (%). Цей показник віддзеркалює зміни у сприйнятті інвесторами вартості підприємства та його перспектив з погляду генерування позитивного фінансового результату загалом. Водночас цей показник можна використовувати як вимірник рівня задоволеності інвестора суб'єктом господарювання. Безсумнівно, зростання цього показника є свідченням не лише підвищення його інвестиційної привабливості та вартості бренда, а й збільшення лояльності споживачів, ефективності як дій менеджерів, так і діяльності підприємства загалом. Водночас зміна ринкової капіталізації може бути результатом впливу тенденцій, які склались на фінансовому ринку (особливо коли йдеться про вторинні фінансові ринки) та ефектом від довгострокових маркетингових заходів.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами – націлені на аналізування стану та особливостей врахування підприємством запитів релевантних стейкхолдерів, спрямованих на забезпечення інвестиційного розвитку суб'єкта господарювання.

E2.3.1. Загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (к-сть) (наявними інвесторами, потенційними інвесторами, фінансовими посередниками та учасниками

ринку фінансових послуг, представниками контролюючих фінансових інституцій), що відбулися у формі інтерв'ю, опитувань, звітів, прес-релізів, зустрічей з ними тощо за певний період часу. Одним із важливих аспектів взаємодії із фінансовим середовищем є проведення опитувань інвесторів у формі розгорнутого анкетування, зосередженого на визначенні рівня задоволеності інвесторів як фінансовими результатами діяльності підприємства, так і тенденціями його розвитку.

E2.3.2. Участь усіх акціонерів в обговоренні та затвердженні дивідендної політики (так/ні). Цей показник звертає увагу на важливість врахування думок не лише власників великих пакетів акцій, а й дрібних акціонерів та працівників, що володіють такими цінними паперами, має на меті віддзеркалити дотримання чинного законодавства у сфері захисту прав акціонерів та прозорості прийняття управлінських рішень на загальних зборах акціонерів.

E2.3.3. Показник залученості інвесторів (%) – частка пропозицій інвесторів у загальній кількості відгуків, отриманих за певний період часу.

E2.3.4. Показник урахування запитів інвесторів (%) – частка пропозицій інвесторів у загальній кількості впроваджених за певний період рекомендацій.

E3. Ринкове позиціонування

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану підприємства на ринку. Розвиток підприємства загалом, а особливо економічний, неможливо уявити без розуміння того, наскільки успішно підприємству вдалось вивести власну продукцію на ринок, закріпитись та просуватись в його межах.

E3.1.1. Показник ринкової частки підприємства (%) – відношення виручки від реалізації продукції підприємства до сукупного обсягу продажу певної продукції на відповідному ринку за певний період. Цей показник, як інструмент аналізування поточного стану та напрямів гармонійного розвитку підприємства, є інформативним з кількох позицій: по-перше, він дає уявлення про конкурентоспроможність продукції аналізованого підприємства; по-друге, відображає рівень задоволеності споживачів пропонованим товаром; по-третє, свідчить про здатність підприємства генерувати операційний прибуток, а також про ефективність управлінських рішень у сфері просування товару, ціноутворення, у виборі каналів дистрибуції тощо.

E3.1.2. Показник цінової конкурентної переваги (%) – відсоток товарів за ціною продажу, вищою від середньої ціни продажу аналогічних товарів, вироблених конкурентами протягом певного періоду. Означений показник вказує одночасно на кілька важливих аспектів з позиції підтримання гармонійного розвитку підприємства. По-перше, ціна товару є тим інструментом для суб'єкта підприємницької діяльності, через який відбувається коригування його доходу та формування витрат, а отже, й економічних результатів; по-друге, ціна – одна із рушійних передумов як ведення конкурентної боротьби, так і отримання, збереження, зміни частки підприємства на ринку; по-третє, ціна є своєрідним способом комунікації підприємства зі споживачами.

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов та можливостей підприємства для підтримання його розвитку на ринку в довгостроковій перспективі.

E3.2.1. Наявність стратегії розвитку підприємства (так/ні). Зазначений якісний показник має на меті засвідчити існування на підприємстві стратегічного бачення його розвитку.

E3.2.2. Темп зміни частки ринку (%) протягом певного періоду. Цей показник рекомендовано обчислювати для кожного із цільових ринків підприємства, він інформує про наявність/відсутність прогресу суб'єкта господарювання на ринку. Водночас, порівнюючи значення цього показника із значеннями групи показників E1.2 та E2.2, можна зробити висновок про ефективність вжитих заходів у напрямку забезпечення економічного розвитку підприємства.

E3.2.3. Маржинальний прибуток [24] за кожним видом товару (діяльності та/чи ринку) (гр. од.) визначається як різниця між доходом від реалізації конкретного виду товару та змінними витратами на виробництво, а також постійними витратами, які пов'язані суто із виробництвом та

збутом цього товару відповідно. Цей показник, з погляду гармонійного розвитку, інформативний за кількома аспектами: по-перше, є свідченням доцільності/недоцільності випуску та реалізації конкретного виду продукції, на підставі чого можна робити припущення про ефективність виробничої стратегії підприємства; по-друге, наявність та зростання маржинального прибутку є позитивним сигналом для інвесторів; по-третє, обчислення та аналізування цього показника дасть менеджерам та власникам підприємства можливість визначити відмінності у прибутковості за різними товарами (діяльностями та ринками) та встановити, на що краще спрямувати зусилля для підвищення прибутковості загалом.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами – націлені на аналізування стану та особливостей урахування підприємством запитів релевантних стейкхолдерів, спрямованих на збереження та розширення присутності підприємства на ринку.

Е3.3.1. Контакти зі стейкхолдерами (к-сть) – загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (партнерами, постачальниками, посередниками, дистриб'юторами, споживачами тощо) у вигляді інтерв'ю, опитувань, звітів, прес-релізів, зустрічей, круглих столів тощо за певний період часу з питань позиціонування підприємства на ринку.

Е3.3.2. Частка витрат на комунікацію зі стейкхолдерами у загальній сумі витрат на маркетинг (%). Обчислення зазначеного показника та відстеження тенденції його зміни інформує про наміри підприємства бути відкритим до потреб стейкхолдерів та, в підсумку, свідчить про практичні його кроки у напрямку забезпечення взаємодії із такими зацікавленими сторонами. Водночас потрібно пам'ятати, що цю групу витрат (як і будь-яку іншу) слід оптимізувати з позиції ефективності використання. Тому цей показник рекомендовано інтерпретувати, порівнюючи як із показником Е3.3.1, так і з іншими показниками критерію “взаємодія зі стейкхолдерами”, що репрезентують рівень задоволеності відповідних зацікавлених сторін за усіма сферами гармонійного розвитку.

II. Сфера довкілля (Д)

Д1. Охорона атмосферного повітря

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану та особливостей діяльності підприємства у напрямі охорони атмосферного повітря.

Д1.1.1. Загальна сума витрат підприємства на охорону атмосферного повітря (гр. од.).

Д1.1.2. Частка витрат на “чисті” виробничі технології та обладнання щодо загальних витрат на обладнання протягом попереднього певного періоду (%). Цей показник уточнює попередній та вказує на практичні кроки підприємства, спрямовані на застосування заходів з охорони навколишнього природного середовища. Зауважимо, що цей показник призначений передусім для аналізування виробничих підприємств, які стикаються із широким колом екологічних викликів, тоді як для підприємств сфери послуг та роздрібної торгівлі мінімізація екологічного впливу не така нагальна та потребує менших капіталовкладень.

Д1.1.3. Темп зміни токсичних викидів/забруднювальних речовин в атмосферу повітря та/чи водний басейн (наприклад вуглекислий газ CO_2 , оксиди азоту NO_x , монооксид вуглецю CO , діоксид сірки SO_2 , метан CH_4 , радіоактивні речовини, метали та їх сполуки тощо) (%). Зазначений показник має на меті не лише засвідчити факт забруднення атмосфери, а й відобразити зміни в здійсненні викидів забруднювальних речовин в атмосферу повітря. Зазначимо, що цей показник особливо актуальний для таких галузей промисловості, як [28] машинобудівна, металообробна, хімічна, деревообробна, вугільна, та для спиртових, рудозбагачувальних, цукрових, паперових підприємств тощо.

Показники розвитку спрямовані на аналізування передумов та можливостей підприємства у напрямі забезпечення охорони атмосферного повітря у довгостроковій перспективі.

Д1.2.1. Темп зміни витрат на охорону навколишнього природного середовища (%). Наведений показник інформує про системність та послідовність дій підприємства у напрямі здійснення природоохоронних заходів.

Д1.2.2. Наявність стратегії (політики) охорони навколишнього природного середовища на підприємстві (так/ні). Зазначений якісний показник має на меті засвідчити існування стратегічного

бачення та демонстрацію системної відповідальності підприємства за результати його впливу на навколишнє природне середовище.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами націлені на аналізування стану та особливостей врахування підприємством запитів релевантних стейкхолдерів, спрямованих на збереження та захист атмосферного повітря.

Д1.3.1. Контакти зі стейкхолдерами (к-сть) – загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (партнерами, постачальниками, посередниками, дистриб'юторами, споживачами, міжнародними, урядовими та неурядовими природоохоронними організаціями та іншими стейкхолдерами, характерними для усіх етапів життєвого циклу товару) у вигляді інтерв'ю, опитувань, звітів, прес-релізів, зустрічей, круглих столів, конференцій, симпозіумів тощо за певний період часу з питань захисту навколишнього природного середовища, мінімізації негативного впливу на довкілля та інформування громадськості за окресленою проблематикою.

Д1.3.2. Загальна сума витрат підприємства, спрямована на програми та/чи заходи із запобігання забрудненню та на охорону навколишнього середовища, що фінансують громада (наприклад, ОТГ), промисловість, держава, неурядові організації протягом попереднього певного періоду (гр. од.). Наприклад, серед таких програм можна виділити програми із озеленення, утилізації промислових відходів, перероблення та захоронення твердих побутових відходів, очищення поверхневих вод, реконструкції водопровідно-каналізаційних систем, локалізації стихійних звалищ тощо. Зазначений показник інформує, наскільки підприємство на практиці співпрацює із широким колом стейкхолдерів та бере участь у подоланні суспільно важливих екологічних викликів.

Д2. Використання природних ресурсів та електроенергії

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану та рівня ефективності використання природних та енергетичних ресурсів у виробничо-господарській діяльності підприємства.

Д2.1.1. Ефективність використання електроенергії (ЕВЕ, %) – з погляду гармонійного розвитку цей показник покликаний відобразити раціональність використання електроенергії у виробничо-господарській діяльності протягом року. Його обчислюють так [31]:

$$EVE = \frac{\overline{CE}}{O_{ВП}} 100\%, \quad (1)$$

де \overline{CE} – середнє значення суми спожитої енергії в грошовому еквіваленті протягом року, з урахуванням зміни тарифів, грн; $O_{ВП}$ – обсяг виробництва продукції за ринковими цінами упродовж року, грн.

Д2.1.2. Ефективність використання газу (ЕВГ, %) – у контексті адаптації ідей гармонійного розвитку особливе місце займає ощадливе використання природних ресурсів, зокрема, природного газу. Цей показник запропоновано обчислювати так [31]:

$$EBG = \frac{\overline{CG}}{O_{ВП}} 100\%, \quad (2)$$

де \overline{CG} – середнє значення суми спожитого газу в грошовому еквіваленті протягом року, з урахуванням змін цін на газ для промислових споживачів, грн; $O_{ВП}$ – обсяг виробництва продукції за ринковими цінами протягом року, грн.

Д2.1.3. Ефективність використання води (ЕВВ, %) – ощадливе використання води загалом та збереження обсягів прісної води – серед пріоритетних цілей ООН, а також серед цілей сталого розвитку України загалом [30]. Саме тому в запропонованій методиці діагностування рівня гармонійного розвитку суб'єктів господарювання запропоновано виокремлювати зазначений показник, обчислюючи його за формулою [31]:

$$EBB = \frac{\overline{CB}}{O_{ВП}} 100\%, \quad (3)$$

де \overline{CB} – середнє значення обсягу спожитої води в грошовому еквіваленті протягом року, з урахуванням змін цін для промислових споживачів, грн; $O_{ВП}$ – обсяг виробництва продукції за ринковими цінами упродовж року, грн.

Зазначимо, що наведені вище показники рекомендовано коригувати з урахуванням змін тарифів за спожиті природні ресурси протягом року. Водночас, якщо діяльність підприємства характеризується впливом фактора сезонної зміни (наприклад, сільське господарство, виробництво та реалізація окремих видів товарів, роздрібна торгівля тощо), то доцільно коригувати як обсяги виробництва, так і ціни, обчисливши середнє значення цих показників за рік.

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов та можливостей підприємства у започаткуванні та підтриманні ощадливого використання природних ресурсів та електроенергії в процесі виробничо-господарської діяльності у довгостроковій перспективі.

Д2.2.1. Темп зміни ефективності використання електроенергії порівняно з минулим роком, %.

Д2.2.2. Темп зміни ефективності використання газу порівняно з минулим роком, %.

Д2.2.3. Темп зміни ефективності використання води порівняно з минулим роком, %.

Про гармонійний розвиток за елементом “використання природних ресурсів та електроенергії” за критерієм “розвиток” свідчить існування тенденції до зниження рівня значень за наведеними вище показниками. Потрібно враховувати, що на практиці не завжди суб’єктам господарювання вдається досягти такого зниження значень за всіма показниками одночасно, однак виявлення тенденції до зниження значень хоча б за одним із показників можна трактувати як існування передумов та підтримання гармонійного розвитку в цій сфері.

Д2.2.4. Загальна сума витрат на заходи, пов’язані із мінімізацією використання природних ресурсів протягом року (гр. од.) – цей показник передбачає агрегування витрат підприємства в аналізованому році на впровадження ощадливих заходів, спрямованих на ефективне використання природних ресурсів та забезпечення енергозбереження загалом.

Показники Д2.2.1–2.2.3 спрямовані на фіксування та відстеження змін, які відбулись на підприємстві у напрямі ощадливого використання природних ресурсів. Наявність позитивної динаміки за означеними показниками є безумовним підтвердженням не лише усвідомлення підприємством важливості оптимізації використання природних ресурсів, а й свідченням раціонального використання таких ресурсів, адже в умовах постійного зростання цін на природні ресурси та електроенергію забезпечити зростання ефективності можливо за умови зменшення обсягів споживання таких ресурсів. Водночас показник Д2.2.4 інформує про готовність суб’єктів господарювання здійснювати інвестиції в напрямі енергоефективності та формування підґрунтя, націленого на системні удосконалення в сфері ощадливого використання електроенергії та природних ресурсів у процесі виробничо-господарської діяльності.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами – націлені на аналізування стану та особливостей врахування підприємством запитів релевантних стейкхолдерів, спрямованих на ощадливе використання природних ресурсів та електроенергії.

Д2.3.1. Загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (к-сть) (постачальниками природних ресурсів, посередниками, енергоаудиторами, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, ОТГ, міжнародними організаціями тощо) у вигляді інтерв’ю, опитувань, зустрічей, круглих столів, проведення спільних навчань та консультацій тощо за певний період часу з питань підвищення ефективності використання окреслених видів ресурсів.

Д2.3.2. Участь у проєктах із підвищення енергоефективності та ощадливого використання природних ресурсів, ініційованих та реалізованих спільно із зацікавленими сторонами (суб’єктами господарювання, постачальниками природних ресурсів, посередниками, енергоаудиторами, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, ОТГ, міжнародними організаціями тощо) (к-сть). У цьому випадку вказують загальну кількість таких проєктів. Зазначений показник покликаний засвідчити бажання та готовність підприємства не лише співпрацювати із широким колом стейкхолдерів, а й здійснювати конкретні практичні кроки та робити власний внесок у забезпечення підвищення енергоефективності та ощадливого використання природних ресурсів.

Д3. Використання матеріальних ресурсів

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану та особливостей використання матеріальних ресурсів в процесі виробничо-господарської діяльності підприємства. Водночас відстеження зміни у значеннях показників цієї групи дає підстави констатувати наявність/відсутність удосконалень у напрямі використання зазначених видів ресурсів у виробничо-господарській діяльності підприємства.

Д3.1.1. Показник зношення основних засобів (Z_{OZ} , %) – спрямований на визначення рівня інтенсивності зношення основних засобів у результаті їхнього використання у виробничому процесі. Цей показник обчислюють так [31]

$$Z_{OZ} = \frac{A_{кп}}{ПВ_{пп}} - 100\%, \quad (4)$$

де $A_{кп}$ – загальна сума нарахованої амортизації за основними засобами підприємства на кінець звітнього періоду, гр. од.; $ПВ_{пп}$ – загальна сума первісної вартості основних засобів підприємства на початок періоду, гр. од.

Д3.1.2. Матеріаломісткість виробленої продукції ($МВП$, %) – з погляду гармонійного розвитку цей показник покликаний відобразити ефективність використання матеріальних ресурсів підприємством, адже одним із головних постулатів концепції гармонійного розвитку є ощадливе використання ресурсів загалом. Цей показник обчислюється як [30]:

$$МВП = \frac{\sum_{i=1}^a MB_i}{O_{ВП}} - 100\%, \quad (5)$$

де MB – матеріальні витрати i -го виду для виробництва певного виду продукції підприємства протягом року, грн; $O_{ВП}$ – обсяг виробництва певного виду продукції за ринковими цінами протягом року, грн.

Д3.1.3. Матеріалоємність виготовленої продукції у натуральних одиницях ($МЄП$) [31]:

$$МЄП = \sum_{c=1}^C \sum_{s=1}^S M_{c,s} \text{ (кг)}, \quad (6)$$

де $M_{c,s}$ – загальний обсяг матеріалу c , використаний на етапі життєвого циклу s .

Д3.1.4. Енергоємність виробленої продукції ($ЕЄП$, натуральних одиниць) [31]:

$$ЕЄП = \sum_{t=1}^T \sum_{s=1}^S EN_{t,s} \text{ (Мдж)}, \quad (7)$$

де $EN_{t,s}$ – загальний обсяг енергії типу t , використаної на етапі життєвого циклу s .

Порівняння показників Д3.1.3 та Д3.1.4 зі значеннями за минулі періоди дає змогу сформулювати уявлення про зростання/зниження інтенсивності використання матеріальних ресурсів під час виробництва. Водночас обчислення та аналізування показників матеріаломісткості та матеріалоємності продукції дасть змогу сформулювати уявлення про ті види товарів, виробництво яких потребує пошуку резервів оптимізації як із погляду зменшення питомої ваги матеріальних витрат у структурі собівартості, так і стосовно заміни окремих видів матеріальних ресурсів. Останнього, своєю чергою, можна досягти не лише заміщенням сировини та окремих видів матеріалів з урахуванням їхньої якості, а й техніко-технологічними удосконаленьми, зниженням втрат таких ресурсів під час транспортування, складування, зменшенням кінцевого браку продукції тощо.

Д3.1.5. Показник повторного використання матеріалів ($ПВМ$, %) – відображає частку матеріалів, які, змінивши їхні властивості (хімічні, фізичні тощо), підприємство може використати вдруге. Наголосимо, що суб'єкти господарювання можуть застосовувати різноманітні форми повторного використання матеріалів, наприклад, механічну переробку, рекуперацию тощо. Цей показник обчислюється так [31]:

$$ПВМ = \frac{\sum_{c=1}^c M_c}{M_t} 100\%, \quad (8)$$

де M_c – загальний обсяг матеріалу c , який можна переробити; M_t – загальний обсяг матеріалів, що міститься у виробі.

Показники розвитку спрямовані на аналізування передумов та можливостей підприємства у започаткуванні та підтриманні раціонального використання матеріальних ресурсів під час виробничо-господарської діяльності у довгостроковій перспективі.

ДЗ.2.1. Показник оновлення основних засобів (ООЗ, %) – засвідчує інтенсивність введення на підприємство нових/удосконалених основних засобів. Рекомендовано обчислювати так [31]:

$$ООЗ = \frac{ВОЗ_e}{ВОЗ_з} 100\%, \quad (9)$$

де $ВОЗ_e$ – загальна вартість основних засобів, які набуло підприємство протягом звітного періоду, гр. од.; $ВОЗ_з$ – загальна первісна вартість основних засобів, наявних на підприємстві на кінець звітного періоду, гр. од.

Цей показник належить до критерію “розвиток”, тому про позитивні зміни на підприємстві в контексті використання основних засобів свідчить динаміка зростання значення цього показника за кілька періодів.

ДЗ.2.2. Темп зміни оновлення основних засобів порівняно зі значеннями минулого року, %.

ДЗ.2.3. Темп зміни обсягів виробничих відходів ($T_{ОВ}$, %) порівняно зі значеннями минулого року. Цей показник має на меті відобразити зміни у діяльності підприємства, націлені на покращення управління його відходами в результаті виробничо-господарської діяльності

ДЗ.2.4. Наявність стратегії супроводу товару протягом його життєвого циклу(так/ні). Зазначений якісний показник має на меті засвідчити існування на підприємстві стратегічного бачення удосконалення процесу виробництва товарів, з метою мінімізації його екологічного впливу як на різних етапах виробництва таких товарів, так і під час його продажу й споживання (використання).

ДЗ.2.5. Загальна кількість ініціатив (політик, процедур, проєктів, технологічних рішень, модернізованого обладнання, придбаного устаткування тощо) підприємства, спрямованих на забезпечення ощадливого використання матеріальних ресурсів, зменшення відходів під час виробництва, а також згенерованих підприємством загалом, повторне використання та безпечну утилізацію (к-сть) протягом року. Зауважимо, що наявність таких ініціатив з року в рік свідчатиме про цілеспрямованість та системність підприємства в підході до управління власними матеріальними ресурсами та впливом на навколишнє середовище під час виробництва продукції.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами націлені на аналізування стану та особливостей врахування підприємством запитів та потреб релевантних стейкхолдерів, спрямованих на раціональне використання матеріальних ресурсів.

ДЗ.3.1. Загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (к-сть) (постачальники матеріальних ресурсів, працівники виробничих підрозділів, представники природоохоронних контролюючих органів, споживачі тощо) у вигляді зустрічей, круглих столів, проведення спільних навчань та консультацій, ініціації спільних проєктів тощо за певний період із питань удосконалення використання матеріальних ресурсів, зниження обсягів генерування відходів та мінімізації негативного впливу на навколишнє природне середовище у процесі виробництва продукції.

ДЗ.3.2. Загальна кількість інформаційних повідомлень (на сайті компанії, у ЗМІ, у соціальних мережах, на форумах, виставках, випуск інформаційних буклетів тощо) про екологічний вплив та заходи підприємства щодо його мінімізації протягом року. Інформування широкого кола стейкхолдерів про вжиті заходи, розроблені стратегії чи окреслені проблеми є важливим

інструментом не лише комунікації із зацікавленими сторонами, а й демонстрування підприємством його обізнаності із екологічними проблемами у виробничо-господарській діяльності, готовності брати на себе відповідальність та, як наслідок, формувати позитивний імідж компанії.

III. Соціальна сфера (СС).

C1. Працівники

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану та внеску компанії у напрямку підвищення рівня задоволеності власних працівників під час виконання професійних обов'язків

C1.1.1. Показник плинності кадрів за рік (*ПК*, %) відображає рівень плинності працівників із власної ініціативи. Водночас цей показник може проілюструвати їхнє бажання та готовність продовжувати довгострокову співпрацю із компанією. Низьке значення цього показника вказує й на відносну незмінність трудового колективу, ефективність управління трудовими ресурсами та на задоволеність працівників як умовами праці, так і політикою матеріального та нематеріального стимулювання. Зазначений показник пропонується обчислювати як [30]:

$$ПК = \frac{З}{\overline{ЧП}} 100, \quad (10)$$

де *З* – загальна кількість працівників, звільнених за власним бажанням протягом року;
 $\overline{ЧП}$ – середньооблікова кількість працівників у аналізованій рік.

C1.1.2. Частка витрат підприємства на навчання та розвиток компетенцій працівників у фактичних витратах підприємства на персонал (%) свідчить про внесок компанії у сприяння та забезпечення працівникам можливостей удосконалення власних компетенцій. Високе значення цього показника вказує на бажання та конкретні кроки підприємства у напрямі розвитку в працівників навичок, найзатребуваніших з погляду підвищення ефективності виконуваних операцій, з метою здобуття додаткових конкурентних переваг.

C1.1.3. Кількість інцидентів та порушень правил безпеки на робочому місці протягом року – зазначений показник, з погляду гармонійного розвитку, вказує на безпечні умови праці та частоту появи загроз для здоров'я та життя працівників.

Показники розвитку спрямовані на аналізування передумов та можливостей підприємства у започаткуванні та підтриманні відповідального використання трудових ресурсів під час виробничо-господарської діяльності у довгостроковій перспективі.

C1.2.1. Темп зміни витрат підприємства на навчання й розвиток професійних компетенцій та соціальних пакетів, започаткованих компанією для потреб власних працівників (%).

C1.2.2. Темп зміни витрат підприємства на охорону праці (%). Зростання значень за показниками C1.2.1. та C1.2.2. свідчить про послідовність у формуванні підприємством підґрунтя для забезпечення належних умов праці та професійного розвитку власних працівників як запоруки підвищення результативності виконуваних завдань та здобуття підприємством на ринку конкурентних переваг.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами націлені на аналізування стану та особливостей врахування підприємством запитів та потреб працівників компанії.

C1.3.1. Загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (к-сть) (управлінці, робітники, рекрутери, працівники HR підрозділів, представники професійних об'єднань, компанії з підбирання персоналу тощо) у вигляді зустрічей, круглих столів, проведення спільних навчань та консультацій, анонімних опитувань, інтерв'ю, індивідуальних консультацій за певний період з питань забезпечення задоволеністю роботою та збереження відданості компанії.

C2. Споживачі

Показники результативності спрямовані на визначення поточного стану та результатів компанії щодо взаємодії зі споживачами, націленої на демонстрування відповідальності за вироблений продукт/надані послуги та недопущення загрози здоров'ю й безпеці споживачів.

Взаємодія суб'єктів господарювання зі споживачами/клієнтами може досягатись через різні аспекти – забезпечення їхньої задоволеності, системного інформування про вироблений продукт, відстеження їхньої поведінки, вподобань та відгуків, формування позитивного ставлення до бренда компанії тощо, що, як наслідок, демонструє турботливе ставлення компанії до своїх клієнтів.

С2.1.1. Показник утримання споживачів (*ПУС*, %) [33] – з погляду гармонійного розвитку є свідченням лояльності споживачів до бренда, задоволеності якістю продукції, рівнем обслуговування та того, що цінності, які ретранслює компанія, зрозумілі та прийнятні для споживача

$$ПУС = \frac{C_n}{C_3} 100 \%, \quad (11)$$

де C_n – споживачі, що повторно здійснили покупки товарів/послуг протягом року; C_3 – загальна кількість споживачів, які придбали товари/послуги у компанії упродовж року.

Зауважимо, що за наведеного вище обчислення зазначеного показника запропоновано використовувати як аналізований період рік, однак його доцільно коригувати із урахуванням специфіки галузі, життєвого циклу продукції, частоти виведення на ринок нових і удосконалених товарів, а також інтенсивності промоцій, які здійснює компанія. Зокрема, для сфери послуг аналізованим періодом доцільно вибрати півроку, а для галузей промисловості – можливо, й кілька років.

С2.1.2. Показник повернень (*ПП*, %) [33] – цей показник має на меті ґрунтовніше відобразити задоволеність споживачів придбаними товарами, яка визначається низкою факторів – якістю, ціною, індивідуальними смаками й уподобаннями, лояльністю до бренда тощо. Водночас однією із головних цілей гармонійного розвитку суб'єктів господарювання є виробництво товарів, які не справляють негативного впливу як на навколишнє природне середовище, так і на здоров'я кінцевих споживачів. Тому оцінювати такий вплив рекомендовано через зазначений показник, який одночасно сприятиме розумінню ставлення споживачів до придбаного товару [33]

$$ПП = \frac{P_n}{P_3} 100 \%, \quad (12)$$

де P_n – загальна кількість продукції, повернутої виробнику через скарги, дефекти, неналежну якість, розходження у задекларованих параметрах та властивостях із наявними характеристиками, неможливість використання за призначенням тощо протягом року; P_3 – загальна кількість продукції, яку компанія реалізувала протягом року.

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов та можливостей підприємства у започаткуванні та підтриманні відповідального ставлення до потреб та запитів споживачів у довгостроковій перспективі.

С2.2.1. Показник урахування запитів споживачів (*ПВЗС*, %) [33] – спрямований на висвітлення фактичної (поточної) реакції підприємства на запити споживачів. Зазначений показник зараховано до критерію “розвиток”, з огляду на пошук аспектів та напрямів для удосконалень та, тим самим, створення передумов для підвищення рівня задоволеності споживачів у довгостроковій перспективі. Зазначений показник запропоновано обчислювати за формулою:

$$ПВЗС = \frac{P_a}{P_3} 100 \%, \quad (13)$$

де P_a – кількість скарг, пропозицій та відгуків клієнтів, які практично втілено у виробничо-господарській діяльності суб'єкта господарювання за певний період; P_3 – загальна кількість скарг, відгуків та пропозицій, отриманих за певний період часу.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами – націлені на аналізування стану та особливостей комунікації та налагодження двостороннього зв'язку із наявними та потенційними споживачами компанії.

С2.3.1. Проведення опитувань наявних та потенційних клієнтів (так/ні). Безумовно, опитування клієнтів (опитування телефоном, онлайн-опитування, анкетування фокус-груп та/чи сформованої клієнтської бази, SurveyMonkey, чат-боти, короткі опитування у соціальних мережах тощо)

є найефективнішим інструментом комунікації як із наявною клієнтською базою, так і з потенційними споживачами.

С3. Суспільство

Показники результативності – спрямовані на визначення внеску компанії у налагодження та підтримання позитивних взаємовідносин із громадськістю. Зауважимо, що залежно від можливостей та цілей суб'єктів господарювання вони можуть взаємодіяти із місцевими громадами, національною та міжнародною спільнотами [32, 33].

С2.1.1. Загальна сума витрат підприємства на пожертви, спонсорство, матеріальну та нематеріальну підтримку, гранти, фінансування громадських ініціатив та суспільно важливих проєктів (тис. грн). Налагодження взаємодій із громадськістю є важливим аспектом формування позитивного сприйняття компанії не лише серед місцевих жителів регіону, в якому компанія здійснює свою діяльність та реалізує продукцію, а й серед представників органів місцевого самоврядування, державних інституцій тощо.

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов та можливостей підприємства у започаткуванні та підтриманні відповідального ставлення до потреб суспільства у довгостроковій перспективі.

С2.2.1. Темп зміни обсягів фінансування на суспільно важливі проєкти (%) порівняно зі значеннями минулого року.

Про гармонійний розвиток за елементом “суспільство” соціальної сфери та за критерієм “розвиток” свідчить існування тенденції до зростання рівня фінансування проєктів та ініціатив, націлених на задоволення потреб суспільства, зокрема, покращення умов життєдіяльності широких верств населення, співпрацю із громадськими активістами, підтримання культурних заходів та освітніх програм, соціального підприємництва, суспільно важливих обговорень тощо.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами націлені на аналізування стану, особливостей комунікації та налагодження двостороннього зв'язку із суспільством.

С2.3.1. Загальна кількість взаємодій із представниками громадськості (к-сть) (представниками органів місцевого самоврядування, громадських об'єднань та спілок, неприбуткових організацій, професійних об'єднань, ЗМІ, активістів тощо) у вигляді зустрічей, круглих столів, проведення спільних навчань та роз'яснювальної роботи, індивідуальних консультацій за певний період із суспільно важливих питань та забезпечення їхніх запитів.

IV. Сфера управління (У).

У1. Система управління

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану системи управління, з погляду адаптації та імплементації ідей гармонійного розвитку через демонстрування прозорості управління організацією та її відповідальності. Йдеться про підтвердження наявності/відсутності ініціатив (заходів, політик, процедур) компанії, на предмет інтегрування в систему управління основних постулатів концепції гармонійного розвитку.

У1.1.1. Наявність розробленої стратегії управління гармонійним розвитком підприємства (стратегії корпоративної соціальної відповідальності, стратегії відповідального бізнесу, етичного бізнесу тощо, СГР; так/ні).

У1.1.2. Наявність міжнародних стандартів, що визначають окремі аспекти гармонійного розвитку, наприклад стандартів ISO [23–27] (так/ні).

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов та потенціалу підприємства у напрямі удосконалення наявної системи управління, з метою повнішого упровадження аспектів гармонійного розвитку у процес управління підприємством загалом у довгостроковій перспективі.

У1.2.1. Показник рівня реалізації цілей гармонійного розвитку (%) – засвідчує рівень досягнення цілей, які визначила компанія, що відображають як окремі аспекти, так і гармонійний розвиток загалом. Зазначимо, що цілі гармонійного розвитку можуть входити у загальнокорпоративну стратегію, стратегію бізнес-напряму, брэнда, товару/послуги чи операційну стратегію.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами – націлені на аналізування стану, особливостей комунікації та налагодження двостороннього зв'язку із релевантними стейкхолдерами, з метою забезпечення прозорості та відкритості управління.

У1.3.1. Загальна кількість взаємодій зі стейкхолдерами, залученими до процесу управління (к-сть) (власники, акціонери, міноритарні інвестори, менеджери тощо) у вигляді зустрічей, круглих столів, нарад, з приводу врахування їхніх інтересів під час управління організацією за певний період.

У2. Юридична відповідальність

Показники результативності – ілюструють ведення законного бізнесу, протидії хабарництву, корупції та відмиванню фінансових ресурсів, дотримання податкового законодавства та нормативно-правових актів, що регламентують виробничо-господарську діяльність підприємства.

У2.1.1. Наявність на підприємстві задекларованої політики, процедур чи структурних підрозділів, метою яких є протидія корупції та хабарництву (так/ні).

У2.1.2. Загальна сума витрат на сплату пені, штрафів та інших обов'язкових платежів, унаслідок недотримання чинного законодавства (гр. од.) протягом року.

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов та потенціалу підприємства щодо демонстрування юридичної відповідальності у довгостроковій перспективі.

У2.2.1. Темп зміни загальної суми сплачених штрафів (%) порівняно зі значеннями минулого року.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами – націлені на аналізування стану, особливостей комунікації та налагодження двостороннього зв'язку із релевантними стейкхолдерами з питань юридичної відповідальності.

У2.3.1. Загальна кількість взаємодій із представниками контролюючих органів ($K_{КО}$, к-сть) (представниками міністерств, фондів, профільних служб (Державна екологічна інспекція, Державна архітектурно-будівельна інспекція України, Державна регуляторна служба України, Державна фіскальна служба тощо), професійних об'єднань тощо) у вигляді зустрічей, круглих столів, проведення спільних навчань та роз'яснювальної роботи, індивідуальних консультацій за певний період часу.

У3. Прозорість бізнесу

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану забезпечення та демонстрування підприємством прозорого ведення бізнесу.

У3.1.1. Наявність на сайті зовнішнього незалежного аудиторського висновку та фінансової звітності (так/ні).

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов у напрямку започаткування й підтримання демонстрування прозорості бізнесу в довгостроковій перспективі.

У3.2.1. Наявність на офіційному сайті організації деталізованої інформації про склад, функціональні обов'язки, розподіл відповідальності та фінансову винагороду керівної підсистеми (інституційний рівень) (так/ні). З погляду концепції гармонійного розвитку [32, 33], до такої інформації потрібно зарахувати склад керівного органу (ради директорів, правління тощо), безпосередні обов'язки та відповідальність, у разі порушення умов трудового договору, загальну суму річної винагороди та інші види компенсацій, процедуру вирішення конфлікту інтересів та оскарження прийнятих рішень, гендерний розподіл, частоту зміни складу органу управління, кваліфікаційні вимоги до претендентів та підстави для підвищення й отримання додаткових видів матеріального стимулювання тощо.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами – націлені на аналізування стану комунікації суб'єкта господарювання із широким колом стейкхолдерів з питань демонстрування прозорого та відповідального бізнесу.

У3.3.1. Розміщення на сайті (та/чи загальнодоступних міжнародних платформах – Глобальної ініціативи зі звітності [1], Corporate Register [35] звіту щодо гармонійного розвитку (звіт із корпоративної соціальної відповідальності, звіт про відповідальний бізнес, звіт про етичний бізнес тощо) (так/ні).

V. Сфера культури (К).

K1. Бізнес-культура

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану впровадження організацією ініціатив, спрямованих на підтримання та забезпечення цінностей, норм, переконань, особливостей комунікації та стандартів поведінки у бізнес-середовищі.

K1.1.1. Наявність Кодексу організаційної культури (Кодексу корпоративної культури, організаційної етики тощо) (так/ні). Зазначений якісний показник має на меті засвідчити практичні кроки підприємства у напрямі декларування та дотримання власних цінностей, загально визнаних норм поведінки, розуміння добросовісної ділової практики та створення доброзичливої атмосфери для працівників організації.

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов, які існують у напрямі започаткування й підтримання врахування організацією культурних аспектів у довгостроковій перспективі.

K1.2.1. Введення аспектів культури у місію та цілі розвитку організації (так/ні). Протягом останніх років актуалізувалось питання стосовно неприпустимості будь-яких форм дискримінації чи утисків у організаціях та поширення культури доброзичливого ставлення й взаємної поваги, яку декларують компанії в офіційних документах та яка є елементом загальної стратегії розвитку [36]. Саме тому означеним аспектам все частіше відводять більшу роль, особливо коли йдеться про суб'єкти господарювання, що працюють на міжнародних ринках.

Показники взаємодії зі стейкхолдерами – націлені на аналізування стану комунікування організації із широким колом стейкхолдерів з питань дотримання професійної етики та доброзичливого ставлення.

K1.3.1. Наявність опитувань релевантних стейкхолдерів (споживачів, постачальників, партнерів, наявних/потенційних інвесторів, представників ЗМІ) про випадки неетичної поведінки та прояви дискримінації під час виконання працівниками своїх посадових обов'язків (так/ні) протягом року. Зазначимо, що прояви такої поведінки, першочергово, призводять до появи репутаційних ризиків, особливо у випадках публічного приниження гідності й честі, порушення принципів егалітаризму та проявів дискримінації.

K2. Етика міжособистісного спілкування

Показники результативності спрямовані на визначення поточного стану впроваджених компанією заходів, націлених на підтримання та удосконалення взаємодії між окремими індивідами в середині організації, на засадах гарантування рівних можливостей для розвитку, взаємної поваги та обміну досвідом, доброзичливості та відкритості.

K2.1.1. Наявність задекларованої політики (процедур) вирішення конфліктних ситуацій та проявів недоброзичливої поведінки, спричинених расовою та гендерною дискримінацією, сегрегацією, ейджизмом, утисками, зловживанням службовим становищем та існуванням токсичних умов праці (так/ні).

Показники розвитку спрямовані на аналізування передумов, які склалися у напрямі започаткування й підтримання удосконалення взаємовідносин між працівниками у довгостроковій перспективі.

K2.2.1. Активне поширення інформації (у вигляді інформаційних повідомлень, роз'яснень, просвітницьких заходів, розпоряджень, наказів, оголошень) серед колективу працівників організації через офіційні засоби комунікації (корпоративну мережу, групові чати, дошки оголошень тощо) про наявність нульової толерантності до будь-яких форм утисків, знущань та порушень прав індивідів (так/ні).

Показники взаємодії зі стейкхолдерами націлені на аналізування стану сприйняття та рівня задоволеності працівників робочою атмосферою в організації.

K2.3.1. Наявність анонімних опитувань працівників організації з проблеми робочої атмосфери в колективі (так/ні).

К3. Інформаційна відповідальність організації

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану впроваджених компанією заходів, націлених на забезпечення кібербезпеки підприємства, використання та захист персональних даних працівників, споживачів, партнерів та інших стейкхолдерів.

К3.1.1. Наявність політики (кодексу) конфіденційності та безпека персональних даних споживачів, працівників, партнерів, інформації про здійснювані операції, умови контрактів тощо (так/ні).

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов у напрямі започаткування й підтримання удосконалення інформаційної відповідальності організації у довгостроковій перспективі.

К3.2.1. Наявність політики (кодексу, процедур), що описують відповідальність організації за недостовірний опис характеристик товару, за поширення недостовірної інформації про конкурентів у рекламних заходах, за витік інформації з необережності тощо (так/ні).

Показники взаємодії зі стейкхолдерами – націлені на аналізування стану забезпечення організацією наявних та потенційних стейкхолдерів необхідною інформацією про гармонійний розвиток та отримання зворотного зв'язку.

К3.3.1. Інформаційна відкритість (так/ні) – зазначений якісний показник, спрямований на підтвердження наявності інформації про гармонійний розвиток (корпоративну соціальну відповідальність, відповідальний бізнес, етичний бізнес тощо) у вигляді розширених відомостей на веб-сайті (окремої закладки, сторінки, розділу тощо).

К3.3.2. Наявність засобів комунікації (так/ні) – цей показник інформує про практичні кроки компанії для налагодження двостороннього зв'язку зі стейкхолдерами, що може здійснюватися через автоматичні чат-боти, “гарячі лінії”, рубрики “запитуйте – відповідаємо”, електронну пошту тощо.

Висновки

Основні переваги наведеної вище системи показників за розробленою структурою такі:

– дає організації змогу збирати та систематизувати різнобічну інформацію про аспекти ГР (які відображають основні елементи ГР на рівні суб'єкта господарювання, щоб оцінити стан такого розвитку та потенційні можливості організації щодо системної імплементації ініціатив ГР), що може стати основою бенчмаркінгу такого розвитку, з метою удосконалення стратегії її розвитку загалом;

– містить як кількісні, так і якісні показники, що враховують специфіку самого об'єкта дослідження, а також способи збирання такої інформації;

– дає можливість проаналізувати поточні результати імплементації ідей ГР (показники критерію “результативність”) та констатувати й відстежити якісні зміни, що відбулись в організації, у напрямі підтримання заходів із такого розвитку (критерій “розвиток”);

– дозволяє здійснювати порівняльний аналіз як представників однієї галузі, так і представників різних секторів економіки (особливо коли йдеться про критерій “розвиток” та “взаємодія зі стейкхолдерами”);

– сформована із урахуванням міжнародних рекомендацій та стандартів ESG, GRI та SAS, що в підсумку дасть змогу організаціям формувати звіти згідно із цими стандартами, отримувати відповідну сертифікацію та стати більш явними й впізнаваними, першочергово, для міжнародних інвесторів та інших груп стейкхолдерів (закордонних постачальників, партнерів, міжнародних неурядових організацій, фінансових посередників, що функціонують на міжнародних ринках фінансового капіталу тощо);

– дає можливість стежити за комунікацією зі стейкхолдерами та забезпечує легку інтерпретацію отриманих результатів.

Перспективи подальших досліджень

Наступні кроки дослідження будуть спрямовані на розроблення комплексного методу аналізування гармонійного розвитку вітчизняних суб'єктів господарювання.

Список літератури

1. Global Reporting Initiative (GRI). Retrieved from: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx> (Accessed: 25.05.2020).
2. Staniškis, Jurgis & Arbaciauskas, Valdas (2019). Sustainability Performance Indicators for Industrial Enterprise Management. *Environmental Research, Engineering and Management*. No. 2(48), 42–50. doi:10.5755/j01.erem.48.2.13.
3. Dow Jones Sustainability World Index. Retrieved from: <https://www.spglobal.com/spdji/en/indices/equity/dow-jones-sustainability-world-index/#overview> (Accessed: 2.12. 2020).
4. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Retrieved from: <https://www.wbcsd.org> (Accessed: 2.12. 2020).
5. MSCI KLD 400 SOCIAL INDEX METHODOLOGY. Retrieved from: https://www.msci.com/eqb/methodology/meth_docs/MSCI_KLD_400_Social_Index_Methodology_May2018.pdf (Accessed: 2.02. 2021).
6. Артеменко В. Б. (2006). Індикатори стійкого соціально-економічного розвитку регіонів. *Регіональна економіка*, № 2. С. 90–97.
7. Васильчук І. П. (2012). Оцінка діяльності корпорацій в контексті сталого розвитку. *Вісник соціально-економічних досліджень*, Вип. 2. С. 39–44.
8. Довгань Л. Є., Сімченко Н. О. (2008). Сучасні аспекти сталого розвитку машинобудівних підприємств. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*, № 3. С. 71–83.
9. Кирич Н. Б., Мельник Л. М., Погайдак О. Б. (2015). Сталий розвиток суб'єктів господарювання: сутність та фактори впливу (європейські акценти). *Вісник економічної науки України*, № 2. С. 151–155.
10. Лопатинський Ю. М., Тодорюк С. І. (2015). Детермінанти сталого розвитку аграрних підприємств: монографія. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 220 с.
11. Ahmad, S., Kuan, Y. W., & Rajoo, S. (2019). Sustainability indicators for manufacturing sectors: IMS. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(2), 312–334. doi:<http://dx.doi.org.ezproxy.kingston.ac.uk/10.1108/JMTM-03-2018-0091>.
12. Andrieu N, Piraux M, Tonneau JP (2007). Design of sustainability indicators of the production systems in Brazilian semi-arid area by the analysis of biomass flows. *International Journal of Sustainable Development*. doi:10(1/2), 106–121.
13. Azapagic A., Perdan S. (2000). Indicators of Sustainable Development for Industry: A General Framework, *Process Safety and Environmental Protection*, Vol. 78, Is. 4, 243–261. ISSN 0957-5820, <https://doi.org/10.1205/095758200530763>.
14. Bansal P. (2005). Evolving sustainability: a longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26, 197–218. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, Vol. 10(1), 58–75.
15. Feil, Alexandre & Quevedo, Daniela & Schreiber, Dusan (2015). Selection and identification of the indicators for quickly measuring sustainability in micro and small furniture industries. *Sustainable Production and Consumption*, Vol. 3, 34–44. ISSN 2352-5509, <https://doi.org/10.1016/j.spc.2015.08.006>.
16. Hak, Tomas & Moldan, Bedřich & Dahl, Arthur (2007). Sustainability Indicators: A Scientific Assessment. *SCOPE* 67.
17. Neely, A., Richards, H., Mills, J., Platts, K. and Bourne, M. (1997). Designing performance measures: a structured approach. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 17. No. 11, 1131–1152. <https://doi.org/10.1108/01443579710177888>.
18. Rahdari, Amir & Anvary Rostamy, Ali. (2015). Designing a General Set of Sustainability Indicators at the Corporate Level. *Journal of Cleaner Production*, 108, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.05.108>.
19. Каминський П. Д. Удосконалення механізму сталого розвитку промислового підприємства в умовах нестабільної кон'юнктури: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / Донецьк, держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. Донецьк, 2004. 22 с.
20. Мельник Л. Г. (2005). Основи стійкого розвитку: посібник для перепідготовки фахівців. Суми: Університетська книга.

21. Харчук В. Ю. (2020). Генезис понятия “гармонійний розвиток суб’єктів господарювання”. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Вип. 2, № 2. С. 154–168.
22. Харчук В. Ю. (2020). Метод обґрунтування та виокремлення сфер гармонійного розвитку підприємств. Економіка: реалії часу, № 6 (52). С. 109–116.
23. Kharchuk V., Omelianchuk A. (2020). Analysis of GRI and CSR Reports, submitted by Ukrainian Companies. *Modern Economics*, 24(2020), 200–204. [https://doi.org/10.31521/modecon.V24\(2020\)-32](https://doi.org/10.31521/modecon.V24(2020)-32).
24. ISO 14001:2015 Environmental management systems – Requirements with guidance for use. Retrieved from: <https://www.iso.org/standard/60857.html> (Accessed: 22.02.2021).
25. ISO (2010). “ISO 26000 – social responsibility, Guidance for social responsibility: international organization for standardization”. Retrieved from: www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm (Accessed: 22.02.2021).
26. ISO (2013). “ISO/IEC 27001 – information security management”. Retrieved from: <https://www.iso.org/isoiec-27001-information-security.html> (Accessed: 22.02.2021).
27. ISO (2017). “ISO 20121:2012 – event sustainability management systems – requirements with guidance for use”. Retrieved from: <https://www.iso.org/standard/54552.html> (Accessed: 22.02.2021).
28. Назаренко Т. П. (2009). Аналіз стану наукових досліджень питань маржинального аналізу. Вісн. ЖДТУ, № 1 (47). С. 76–81.
29. Нікітченко О. Ю. (2013). Промислова екологія: конспект лекцій для студ. 3-го курсу денної форми навчання за напрямом підготовки 6.170202 “Охорона праці” / Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 164 с.
30. Організація Об’єднаних Націй в Україні. Цілі сталого розвитку 2016–2030. Retrieved from: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku> (Accessed: 22.02.2021).
31. Мельник О. Г. (2010). Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій: монографія. Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 344 с.
32. Azaragic A., Perdan S. (2000) Indicators of Sustainable Development for Industry: A General Framework, Process Safety and Environmental Protection, Vol. 78, Is. 4, 243–261. ISSN 0957-5820, <https://doi.org/10.1205/095758200530763>.
33. Neely, Andy & Adams, Chris & Kennerley, Mike (2002). *The Performance Prism: The Scorecard for Measuring and Managing Business Success*. Pearson Education, 377. ISBN: 0273653342.
34. Dočekalová, Marie Pavláková, and Alena Kocmanová. (2015). Composite Indicator for Measuring Corporate Sustainability. *Ecological indicators*, Vol. 61, 612–623. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2015.10.012>.
35. CorporateRegister. Retrieved from: <https://www.corporateregister.com> (Accessed: 22.02.2021).
36. Diversity and inclusion efforts that really work. *Harvard Business Review*. Retrieved from: <https://hbr.org/2020/05/diversity-and-inclusion-efforts-that-really-work> (Accessed: 22.02.2021).

Reference

1. Global Reporting Initiative (GRI). Retrieved from: <https://www.globalreporting.org/Pages/default.aspx> (Accessed: 25.05.2020).
2. Staniškis, Jurgis & Arbaciauskas, Valdas (2019). Sustainability Performance Indicators for Industrial Enterprise Management. *Environmental Research, Engineering and Management*, No. 2(48), 42–50. doi:10.5755/j01.ere.m.48.2.1 3.
3. Dow Jones Sustainability World Index. Retrieved from: <https://www.spglobal.com/spdji/en/indices/equity/dow-jones-sustainability-world-index/#overview> (Accessed: 2.12. 2020).
4. World Business Council for Sustainable Development (WBCSD). Retrieved from: <https://www.wbcsd.org> (Accessed: 2.12. 2020).
5. MSCI KLD 400 SOCIAL INDEX METHODOLOGY. Retrieved from: https://www.msci.com/eqb/methodology/meth_docs/MSCI_KLD_400_Social_Index_Methodology_May2018.pdf (Accessed: 2.02. 2021).
6. Artemenko V. B. (2006). Indykatory stiikoho sotsialno-ekonomichnoho rozvytku rehioniv. *Rehionalna ekonomika*. No. 2, 90–97 (in Ukrainian).

7. Vasylichuk I. P. (2012). Otsinka diialnosti korporatsii v konteksti staloho rozvytku. *Visnyk sotsialno-ekonomichnykh doslidzhen*. Vyp. 2, 39–44 (in Ukrainian).
8. Dovhan L. Ie., Simchenko N. O. (2008). Suchasni aspekty staloho rozvytku mashynobudivnykh pidpriemstv. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky*, No. 3, 71–83 (in Ukrainian).
9. Kyrych N. B., Melnyk L. M., Pohaidak O. B. (2015). Stalyi rozvytok subiektiv hospodariuvannia: sutnist ta faktory vplyvu (Ievropeiski aktsenty). *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, No. 2, 151–155 (in Ukrainian).
10. Lopatynskiy Yu. M., Todoriuk S. I. (2015). Determinanty staloho rozvytku ahrarykh pidpriemstv: monohrafiia. Chernivtsi: Chernivetskyi nats. un-t., 220 (in Ukrainian).
11. Ahmad S., Kuan Y. W., & Rajoo S. (2019). Sustainability indicators for manufacturing sectors: IMS. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(2), 312–334. doi:<http://dx.doi.org.ezproxy.kingston.ac.uk/10.1108/JMTM-03-2018-0091>.
12. Andrieu N., Piraux M., Tonneau J. P. (2007) Design of sustainability indicators of the production systems in Brazilian semi-arid area by the analysis of biomass flows. *Int J Sustain Dev* 10(1/2):2007.
13. Azapagic A., Perdan S. (2000) Indicators of Sustainable Development for Industry: A General Framework, Process Safety and Environmental Protection, Vol. 78, Is. 4, 243–261, ISSN 0957-5820, <https://doi.org/10.1205/095758200530763>.
14. Bansal P. (2005). Evolving sustainability: a longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26, 197–218. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*. Vol. 10(1). 58 – 75.
15. Feil, Alexandre & Quevedo, Daniela & Schreiber, Dusan (2015). Selection and identification of the indicators for quickly measuring sustainability in micro and small furniture industries. *Sustainable Production and Consumption*. 3. 10.1016/j.spc.2015.08.006.
16. Hak, Tomas & Moldan, Bedřich & Dahl, Arthur. (2007). Sustainability Indicators: A Scientific Assessment. *SCOPE* 67.
17. Neely, A., Richards, H., Mills, J., Platts, K. and Bourne, M. (1997). Designing performance measures: a structured approach. *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 17, No. 11, 1131–1152. <https://doi.org/10.1108/01443579710177888>.
18. Rahdari, Amir & Anvary Rostamy, Ali. (2015). Designing a General Set of Sustainability Indicators at the Corporate Level. *Journal of Cleaner Production*. 108. Doi:1-15. 10.1016/j.jclepro.2015.05.108.
19. Kamynskiy P. D. (2004). Udoskonalennia mekhanizmu staloho rozvytku promyslovoho pidpriemstva v umovakh nestabilnoi koniunktury: avtoref. dys. kand. ekon. nauk: 08.06.01 / Donetsk. derzh. un-t ekonomiky i torhivli im. M. Tuhan-Baranovskoho. Donetsk, 22 (in Ukrainian).
20. Melnyk L. H. (2005). Osnovy stiikoho rozvytku: Posibnyk dlia perepidhotovky fakhivtsiv. Sumy : Universytetska knyha (in Ukrainian).
21. Kharchuk V. Iu. (2020). Henezys poniattia “harmoniiyny rozvytok subiektiv hospodariuvannia”. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku*. Vyp. 2, No. 2, 154–168 (in Ukrainian).
22. Kharchuk V. Iu. (2020). Metod obgruntuvannia ta vyokremlennia sfer harmoniinoho rozvytku pidpriemstv. *Ekonomika: realii chasu*, No. 6 (52), 109–116 (in Ukrainian).
23. Kharchuk V., Omelianchuk A. (2020). Analysis of GRI and CSR Reports, submitted by Ukrainian Companies. *Modern Economics*, 24(2020), 200–204. [https://doi.org/10.31521/modecon.V24\(2020\)-32](https://doi.org/10.31521/modecon.V24(2020)-32).
24. ISO 14001:2015 Environmental management systems – Requirements with guidance for use. Retrieved from: <https://www.iso.org/standard/60857.html> (Accessed: 22.02.2021).
25. ISO (2010), “ISO 26000 – social responsibility, Guidance for social responsibility: international organization for standardization”. Retrieved from: www.iso.org/iso/home/standards/iso26000.htm (Accessed: 22.02.2021).
26. ISO (2013), “ISO/IEC 27001 – information security management”. Retrieved from: <https://www.iso.org/isoiec-27001-information-security.html> (Accessed: 22.02.2021).
27. ISO (2017), “ISO 20121:2012 – event sustainability management systems – requirements with guidance for use”. Retrieved from: <https://www.iso.org/standard/54552.html> (Accessed: 22.02.2021).
28. Nazarenko T. P. (2009). Analiz stanu naukovykh doslidzhen pytan marzhynalnoho analizu. *Visn. ZhDTU*. No. 1 (47), 76–81 (in Ukrainian).
29. Nikitchenko O. Yu. (2013). Promyslova ekolohiia (konspekt leksii dlia studentiv 3 kursu dennoi formy navchannia za napriamom pidhotovky 6.170202 “Okhorona pratsi”). *Khark. nats. akad. misk. hosp.-va. Kh.: KhNAMH*, 164. (in Ukrainian).

30. Orhanizatsiia Obiednanykh Natsii v Ukraini. Tsili staloho rozvytku 2016–2030. Retrieved from: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholittia/tsili-staloho-rozvytku> (Accessed: 22.02.2021) (in Ukrainian).
31. Melnyk O. H. (2010). *Systemy diahnozyky diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: polikryterialna kontseptsiiia ta instrumentarii*: [monohrafiia]. Lviv: Vydavnytstvo Nats. un-tu “Lvivska politekhnika”, 344. (in Ukrainian).
32. Azapagic A., Perdan S. (2000) Indicators of Sustainable Development for Industry: A General Framework, Process Safety and Environmental Protection, Vol. 78, Is. 4, 243–261, ISSN 0957-5820, <https://doi.org/10.1205/095758200530763>.
33. Neely, Andy & Adams, Chris & Kennerley, Mike (2002). *The Performance Prism: The Scorecard for Measuring and Managing Business Success*. Pearson Education, 377. ISBN: 0273653342.
34. Dočekalová, Marie Pavláková, and Alena Kocmanová (2015). Composite Indicator for Measuring Corporate Sustainability. *Ecological indicators*, Vol. 61, 612–623. <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2015.10.012>.
35. CorporateRegister. Retrieved from: <https://www.corporateregister.com> (Accessed: 22.02.2021).
36. Diversity and inclusion efforts that really work. *Harvard Business Review*. Retrieved from: <https://hbr.org/2020/05/diversity-and-inclusion-efforts-that-really-work> (Accessed: 22.02.2021).

V. Y. Kharchuk

Lviv Polytechnic National University,
Management and International business Department

A SYSTEM OF INDICATORS FOR ASSESSING COMPANIES’ SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN GLOBALIZED WORLD

© *Kharchuk V. Y., 2021*

The article presents a literature overview of scientific and analytical insights into business sustainability assessment highlighted by both researchers and well-known international organizations. The key idea is to investigate different approaches to forming indicators for sustainability assessment. Therefore, the purpose of this article is the following: to research approaches to the formation and composition of indicators for assessing the enterprise’s sustainable development, given in international standards, ratings, indices, and scientific publications devoted to the study of a given issue; to develop indicators system for business sustainability analysis that meets the needs of Ukrainian enterprises; to argue the necessity to introduce into the scientific discourse the term “indicator for organizations sustainable development assessment” and specific criteria that fully reflects the main peculiarities of the enterprise’s sustainable development concept.

Today, there are many approaches to outlining indicators for assessing harmonious development, given in a number of international standards, generally accepted indices and ratings, research by domestic and foreign experts. At the same time, the activities of economic entities are affected by unpredictable environmental challenges, requests from a wide range of stakeholders, which, in turn, complicates the process of tracking and maintaining the harmonious development of the organization as a whole. The solution of the outlined problems is possible under the condition of application of relevant, crosscutting and systematic analysis of sustainable development, which will take into account both the multidimensional nature of the phenomenon, the existing conditions of enterprises and the level of implemented initiatives for such a development. The latter is ensured by the use of an adequate and representative system of indicators, which reflects both the peculiarities of the business sustainability and can be applied to various needs of the enterprise – both those that are only at the initial stage of adaptation of harmonious development ideas and those that implement outlined initiatives on a regular basis.

As the result, it was suggested to form an indicators system that includes a set of measures, constructed within five sustainability spheres (economy, social, environment, management, and culture) under three criteria – “effectiveness”, “development”, “stakeholder cooperation”. The final list of developed indexes is presented.

The main advantages of the developed system of indicators are: it allows the organization to collect and systematize comprehensive information about the aspects of the sustainable development (which reflect the main sustainability elements at the enterprise level, assess the existing situation with such development and the potential of the organization for the systematic its implementation), which can become the basis for benchmarking, in order to improve its existing development strategy as a whole; it contains quantitative and qualitative indicators, taking into account both the specifics of the object of research and the ways of collecting such information; it allows to analyze the current results of sustainability ideas implementation (indicators of criterion “effectiveness”) and to identify and monitor qualitative changes that have occurred in the organization, in the direction of supporting measures for such a development (criterion “development”).

Key words: system of indicators; business sustainability; indicator for assessing companies’ sustainable development.