

## **СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ ГАРМОНІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ**

<https://doi.org/>

© Харчук В. Ю., 2021

Розглянуто міжнародні та вітчизняні доробки за проблемою виокремлення показників оцінювання гармонійного розвитку підприємств. На основі систематизації існуючих підходів до формування та складу індикаторів, наведених у міжнародних стандартах та наукових дослідженнях за окресленою проблематикою, розвинуто систему показників оцінювання гармонійного розвитку, адаптовану для потреб вітчизняних підприємств. Запропоновано формувати систему показників оцінювання гармонійного розвитку суб'єктів господарювання у розрізі відповідних сфер та критеріїв “результативність”, “розвиток”, “взаємодія із стейкхолдерами”. Останнє дозволить повною мірою врахувати як специфіку досліджуваного явища, так й особливості адаптації ідей гармонійного розвитку у 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 й вихідні умови функціонування підприємств.

### **Актуальність дослідження**

На сьогодні існує чимало підходів до окреслення показників оцінювання гармонійного розвитку, наведених у низці міжнародних стандартів, загальновизнаних індексах та рейтингах, наукових дослідженнях вітчизняних та закордонних фахівців. Разом з тим, діяльність суб'єктів господарювання піддається впливу з боку непередбачуваних викликів оточуючого середовища, запитів широкого кола стейкхолдерів, що, як наслідок, ускладнює процес відстеження та підтримання гармонійного розвитку організації в цілому. Вирішення окресленої проблематики є можливим за умови застосування релевантного, наскрізного та системного аналізування гармонійного розвитку, що враховуватиме одночасно багатоаспектність досліджуваного явища, існуючі умови функціонування підприємств та наявний на підприємстві рівень впроваджених ініціатив із гармонійного розвитку. Останнє забезпечується застосуванням адекватної та репрезентативної системи показників, яка відображає як властивості означеного розвитку, так й може бути застосованою для різноманітних потреб підприємства – як тих що є лише на початковій стадії адаптації ідей гармонійного розвитку, так й тих, що імплементують окреслені ініціативи на системній основі.

### **Формулювання мети та завдань статті**

З огляду на зазначене, метою даної статті є:

- дослідження підходів до формування та складу індикаторів оцінювання гармонійного розвитку суб'єктів господарювання, наведених у міжнародних стандартах, рейтингах, індексах та наукових публікаціях, присвячених дослідженню даної 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 наведений істотний перелік кількісних та якісних показників у розрізі економічного, соціального та екологічного аспектів, сформованих для підприємств незалежно від розмірів та галузей економіки. Цікавим є те, що обов'язковим є відображення особливостей управління для кожного підприємства. Як справедливо зазначено у дослідженні [2] значна кількість пропонованих показників є переважно інформативною для зовнішніх стейкхолдерів та меншою мірою є придатною для прийняття управлінських рішень. Заслуговує увагу система показників запропонована методикою визначення Групи індексів гармонійного розвитку Доу-Джонса (Dow Jones Sustainability Group Index (DJSI)) [3]. Як і попередня методика, визначення даного індексу базується на обчисленні індикаторів за трьома проекціями гармонійного розвитку з точки зору можливостей та ризиків у кожній із окреслених сфер. Однією з основних переваг використання показників, наведених в даній методиці, є те, що вони дозволяють компанії одразу сфокусуватись як на “вузьких” аспектах в імплементації гармонійного розвитку, так й окреслити ділянки, що потребують більш прискіпливої уваги. У практиці закордонних компаній досить часто використовується система показників оцінювання гармонійного розвитку, розроблена World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) [22], яка являють 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 заслуговує увагу MSCI KLD 400 Social Index [256], який містить сукупність індикаторів покликаних відобразити здійснені суб'єктом господарювання ініціативи у напрямку захисту довкілля, соціальних аспектів та особливостей управління компанією. Визначальною особливістю показників, що формують даний індекс є те, що вони базуються на міжнародних стандартах ESG [172] та основними користувачами результатів такого оцінювання є більшою мірою існуючі та потенційні інвестори.

Аналізування вітчизняних та закордонних досліджень [6-18] свідчить, що переважно розроблення показників оцінювання гармонійного розвитку здійснюється за трьома його сферами (економічної, соціальної та захист навколишнього природного середовища); окремі закордонні дослідники [6; 15; 15; 19; 20] зазначають, що більш раціональним є застосування показників, наведених в методиці GRI або спеціально розроблених показників для конкретного підприємства чи галузі. Водночас залишається відкритим питання розроблення системи показників, що враховуватиме одночасно потреби як самого суб'єкта господарювання, так й його стейкхолдерів; буде придатною для організацій, що перебувають на різних етапах започаткування та імплементації заходів із гармонійного розвитку та дозволитиме простежувати динаміку окресленого розвитку.

### **Виклад основного матеріалу дослідження**

В контексті дослідження гармонійного розвитку (ГР) суб'єктів господарювання було запропоновано інтерпретацію його сутності [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, пропонується удосконалити систему показників оцінювання гармонійного розвитку у розрізі виокремлених п'яти сфер.

Таблиця 1

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

Сфери	Елементи	Критерії	Показники
I. Економічна сфера	Е.1. Фінансовий розвиток	Е.1(2/3).1. Результативність Е.1(2/3).2. Розвиток Е.1(2/3).3. Взаємодія із стейкхолдерами	Е.1.1.1... Е.1.2.1... Е.1.3.1... .....
	Е.2. Інвестиційний розвиток		Е.2.1.1... Е.2.2.1... .....
	Е.3. Ринкове позиціонування		Е.1.3.1... Е.2.3.1... .....
II. Сфера довкілля	Д.1. Охорона атмосферного повітря	Д.1(2/3).1. Результативність Д.1(2/3).2. Розвиток Д.1(2/3).3. Взаємодія із стейкхолдерами	Д.1.1.1... Д.1.2.1... .....
	Д.2. Використання природних ресурсів		Д.2.1.1... Д.2.2.1... .....
	Д.3. Використання матеріальних ресурсів		Д.3.1.1... Д.3.2.1... .....
III. Соціальна сфера	С.1. Працівники	С.1(2/3).1. Результативність С.1(2/3).2. Розвиток С.1(2/3).3. Взаємодія із стейкхолдерами	С.1.1.1... С.1.2.1... .....
	С.2. Споживачі		С.2.1.1... С.2.2.1... .....
	С.3. Суспільство		С.3.1.1... С.3.2.1... .....
IV. Сфера управління	У.1. Система управління	У.1(2/3).1. Результативність У.1(2/3).2. Розвиток У.1(2/3).3. Взаємодія із стейкхолдерами	У.1.1.1... У.1.2.1... .....
	У.2. Юридична відповідальність		У.2.1.1... У.2.2.1... .....
	У.3. Прозорість бізнесу		У.3.1.1... У.3.2.1... .....
V. Сфера культури	К.1. Етика ведення бізнесу	К.1(2/3).1. Результативність К.1(2/3).2. Розвиток К.1(2/3).3. Взаємодія із стейкхолдерами	К.1.1.1... К.1.2.1... .....
	К.2. Етика міжособистісного спілкування		К.2.1.1... К.2.2.1... .....
	К.3. Інформаційна відповідальність		К.3.1.1... К.3.2.1... .....

Примітка: розроблено автором

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

З метою удосконалення системи індикаторів для оцінювання досліджуваного явища виникає необхідність в уточненні терміну “показник гармонійного розвитку”, який рекомендується 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 напрямку адаптації багатовекторних проявів гармонійного розвитку, а й окреслення наявних передумов, що мотивуватимуть суб'єктів господарювання до системної імплементації таких ініціатив та забезпечуватимуть відслідковування 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 наступну систему показників оцінювання гармонійного розвитку суб'єктів господарювання у розрізі окремих сфер:

I. Економічна сфера:

E1 Фінансовий аспект

Показники результативності – спрямовані на визначення поточної фінансової результативності діяльності підприємства. Показники даного критерію окреслюють як поточний фінансовий результат та, відслідковування яких в динаміці, дозволяє констатувати про присутність/відсутність фінансового розвитку підприємства в цілому.

E1.1.1. EBIT (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 в цілому, так й можливості отримання прибутків з 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 відносяться до такої діяльності. Слід зазначити, що означений 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 (%) – даний показник є надзвичайно актуальним з точки зору розуміння 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 існуючу залежність від зовнішніх джерел фінансування.

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

E1.2.1. Загальна сума чистого прибутку (гр.од.) – з точки зору фінансового забезпечення ініціатив із гармонійного розвитку, прибуток може виступати одним з 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.) – зазначений показник не обов'язково може бути присутнім на підприємстві, водночас його існування свідчить про наявність вільної частини прибутку, що може бути спрямованою на удосконалення діяльності підприємства, у тому числі на заходи із гармонійного розвитку.

E1.2.4. Загальна сума капітальних витрат (гр.од.) – ілюструє позицію підприємства у напрямку 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 є особливо актуальним з точки зору підтримання гармонійного розвитку у 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.) – даний 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 – за рахунок формування у інвесторів переконання про майбутнє фінансове зростання. Таким чином, означені показники свідчать про фінансовий розвиток підприємства.

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

E1.3.1. Контакти із стейкхолдерами (к-сть) – загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (власники, топ менеджмент, представники контролюючих фінансових інституцій) у вигляді інтерв'ю, опитувань, звітів, прес-релізів, зустрічей з 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.) – даний показник інформує про випадки порушення як фінансової дисципліни, так і випадків недотримання законодавчо встановлених норм здійснення підприємницької діяльності.

## **E2. Інвестиційний аспект**

Показники результативності – спрямовані на визначення поточних результатів інвестиційної діяльності підприємства як однієї із головних передумов економічного зростання підприємства. Показники даного 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.) – даний показник інформує про ринкову вартість підприємства з точки зору 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 даного критерію з метою інформування як існуючих, так і потенційних інвесторів про інвестиційну привабливість підприємства, що одночасно свідчить про наміри підприємства втілювати заходи, спрямовані на підтримання довготривалого функціонування суб'єкта господарювання.

Е2.1.4. Показник реінвестування (%) являє собою відношення загальної суми реінвестованого прибутку до загальної суми чистого прибутку підприємства. Першочерговою метою віднесення даного показника до критерію ефективності є важливість демонстрації усвідомлення підприємством необхідності здійснення модернізації виробничо-господарської діяльності та готовності використовувати власний фінансовий результат на окреслені цілі.

Е2.1.5. Показник виплат дивідендів (%) – частка прибутку підприємства, що виплачується власникам акцій у вигляді дивідендів. З точки зору гармонійного розвитку, даний показник інформує як про ефективність дивідендної політики, так і відповідальності підприємства перед постачальниками капіталу. Загальновідомо, що величина даного показника обумовлюватиметься як 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 у довгостроковій перспективі.

Е2.2.1. Загальна сума витрати на R&D (гр.од.). Інтелектуалізація продукції та послуг є не лише об'єктивною вимогою сьогодення, а й запорукою розвитку підприємства в цілому. Обчислення зазначеного показника сприятиме узагальненому розумінню здатності компанії ініціювати та впроваджувати інновації. Слід зазначити, що рівень витрат на дослідження й розробки варіюватиметься не лише в залежності 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 в цілому.

Е2.2.2. Показник інноваційного потенціалу (%) – являє собою частку витрат на дослідження й розробки у загальній сумі витрат. Зазначений показник доповнює попередній та разом 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.

Е2.2.3. 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 віднесені до критерію “розвиток” з огляду на те, що інноваційна діяльність підприємства одночасно сприяє як отриманню позитивного впливу на бізнес (як через формування конкурентної переваги на ринку, так і в результаті удосконалення внутрішніх процесів), так і є важливим аргументом на користь підвищення інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Е2.2.4. Темп зміни ринкової капіталізації за певний період (%). Даний показник віддзеркалює зміни у сприйнятті інвесторами вартості підприємства та його перспектив з точки зору генерування позитивного фінансового результату в цілому. Водночас даний показник може бути використаний як вимірник рівня задоволеності інвестором суб'єктом господарювання. Безсумнівно, зростання даного показника є свідченням не лише підвищення його інвестиційної привабливості та вартості бренду, а й збільшення лояльності споживачів, ефективності як дій менеджерів, так й діяльності підприємства в цілому. Водночас, зміна ринкової капіталізації може бути результатом впливу тенденцій, які склались на фінансовому ринку (особливо коли мова йде про вторинні фінансові ринки) та ефектом від довгострокових маркетингових заходів.

Показники взаємодії із 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) (існуючими 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, шляхом розгорнутого анкетування, яке фокусується на визначенні рівня задоволеності інвесторів як фінансовими результатами діяльності підприємства, так й існуючими тенденціями його розвитку.

E2.3.2. Участь усіх акціонерів в обговоренні та затвердженні дивідендної політики (так/ні). Даний показник звертає увагу на важливість врахування думок не лише власників значних пакетів акцій, а й дрібних акціонерів та працівників, що володіють такими цінними паперами. Зазначений показник 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 наданих відгуків за певний період часу.

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

### E3. Ринкове позиціонування

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

E3.1.1. Показник ринкової частки підприємства (%) являє собою відношення виручки від реалізації продукції підприємства до сукупного обсягу продажу певної продукції на відповідному ринку за певний період часу. Даний показник, як інструмент аналізування поточного стану та напрямів гармонійного розвитку підприємства, є інформативним з кількох точок зору: по-перше, він дає уявлення про конкурентоспроможність продукції аналізованого підприємства; по-друге, свідчить про 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, в обранні каналів дистрибуції тощо.

E3.1.2. Показник цінової конкурентної переваги (%) – відсоток товарів за ціною продажу, вищої 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 виступає однією із рушійних передумов як ведення конкурентної боротьби, так і отримання, збереження, зміни частки підприємства на ринку; по-третє, ціна є своєрідним способом комунікації підприємства із споживачами.

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов та можливостей підприємства для підтримання його розвитку на ринку у 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. Даний показник рекомендується обчислювати підприємству для кожного із цільових ринків. Наведений показник інформує про наявність/відсутність прогресу суб'єкта господарювання на ринку. Водночас, порівнюючи значення даного показника із значеннями групи показників E1.2 та E2.2, дозволить сформулювати висновок про ефективність вжитих заходів у напрямку забезпечення економічного розвитку підприємства.

Е3.2.3. 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 з виробництвом та збутом цього товару відповідно. Даний показник, з точки зору гармонійного розвитку, є інформативним 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 даного показника дозволить менеджерам та власникам підприємства визначити різницю у прибутковості за різними товарами (діяльностями та ринками) та визначити куди краще спрямувати зусилля для підвищення прибутковості в цілому.

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

Е3.3.1. Контакти із 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 із стейкхолдерами у загальній сумі витрат на маркетинг (%). Обчислення зазначеного показника та відслідковування 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, слід пам'ятати, що дану групу витрат (як і будь-яку іншу) слід оптимізовувати з позиції ефективності використання. Тому даний показник рекомендується інтерпретувати в порівнянні як і з показником Е3.3.1, так й іншими показниками критерію “взаємодія із стейкхолдерами”, що репрезентують рівень задоволеності відповідних зацікавлених сторін за усіма сферами гармонійного розвитку.

## II. Сфера довкілля (Д)

### Д. 1. Охорона атмосферного повітря

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

Д. 1.1.1. Загальна сума витрат підприємства на охорону атмосферного повітря (гр.од.). Д. 1.1.2. Частка витрати на “чисті” виробничі технології та обладнання до загальних витрат на обладнання протягом попереднього певного періоду (%). Даний показник уточнює попередній та вказує на практичні кроки підприємства, спрямовані на застосування заходів з охорони навколишнього природного середовища. Слід зазначити, що даний показник в першу чергу націлений на аналізування виробничих підприємств, які стикаються з широким колом екологічних викликів. В той час як для підприємств сфери послуг та роздрібної торгівлі мінімізація екологічного впливу є менш нагальною та потребує менших капіталовкладень.

Д. 1.1.3. Темп зміни токсичних викидів/забруднюючих речовин в атмосферу повітря та/чи водний басейн (наприклад вуглекислий газ  $\text{CO}_2$ , оксиди азоту  $\text{NO}_x$ , монооксид вуглецю  $\text{CO}$ , діоксид сірки  $\text{SO}_2$ , метан  $\text{CH}_4$ , радіоактивні речовини, метали та їх сполуки тощо) (%). Зазначений показник має на меті не лише засвідчити факт забруднення атмосфери, а відобразити зміни в здійсненні викидів забруднюючих речовин в атмосферу повітря. Слід зазначити, що даний показник є особливо актуальним для таких галузей промисловості як [28] машинобудівної, металообробної, хімічної, деревообробної, вугільної та для спиртових, рудозбагачувальних, цукрових, паперових підприємств тощо.

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



Д. 1.2.1. Темп зміни витрат на охорону навколишнього природного середовища (%). Наведений показник інформує про системність та послідовність дій підприємства у напрямку здійснення природоохоронних заходів.

Д. 1.2.2. Наявність стратегії (політики) охорони навколишнього природного середовища на підприємстві. (так/ні). Зазначений якісний показник має на меті засвідчити існування стратегічного бачення та демонстрації системної відповідальності за результати впливу підприємства на навколишнє природне середовище.

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

Д. 1.3.1. Контакти із стейкхолдерами (к-сть) – загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (партнерами, постачальниками, посередниками, дистриб'юторами, споживачами, міжнародними, урядовими та неурядовими природоохоронними організаціями та ін. стейкхолдерами, властивих усім етапам 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.

Д. 1.3.2. Загальна сума витрат підприємства, спрямована на програми та/чи заходи із запобігання забрудненню та охороні навколишнього середовища, що фінансуються громадою (наприклад ОТГ), промисловістю, державою, неурядовими організаціями протягом попереднього певного періоду (гр.од.). Наприклад серед таких програм можна виділити – програми по озелененню, програми по утилізації промислових відходів, переробки та захоронення твердих побутових відходів, очищення поверхневих вод, реконструкції водопровідно-каналізаційних систем, локалізації стихійних звалищ тощо. Зазначений показник інформує на скільки підприємство на практиці співпрацює із широким колом стейкхолдерів та приймає участь у вирішенні суспільно важливих екологічних викликів.

## Д. 2. Використання природних ресурсів та електроенергії

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

Д. 2.1.1. Ефективність використання електроенергії (ЕВЕ, %) – з точки зору гармонійного розвитку даний показник покликаний відобразити раціональність використання електроенергії у виробничо-господарській діяльності протягом року. Даний показник обчислюється як [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 протягом року, грн.

Д. 2.1.2. Ефективність використання газу (ЕВГ, %) – в контексті адаптації ідей гармонійного розвитку особливе місце займає ощадливе використання природних ресурсів, зокрема, природного газу. Даний показник пропонується обчислювати як [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.

Н.С. 2.1.3. Ефективність використання води (ЕВВ, %) – ощадливе використання води в цілому та збереження обсягів прісної води є як серед пріоритетних цілей ООН, так і серед цілей

сталого розвитку України в цілому [30]. Саме тому у пропонованій методиці діагностування рівня гармонійного розвитку суб'єктів господарювання пропонується виокремлювати зазначений показник, який пропонується обчислювати за формулою [31]:

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

де  $\overline{CB}$  – середнє значення суми спожитої води в грошовому еквіваленті протягом року, з урахуванням змін цін на для промислових споживачів, грн.;

$O_{ВП}$  – обсяг виробництва продукції за ринковими цінами протягом року, грн.

Слід зазначити, що наведені вище показники рекомендується коригувати з урахуванням змін тарифів за спожиті природні ресурси протягом року. Водночас, у випадку якщо діяльність підприємства характеризується впливом фактору сезонної зміни (наприклад, сільське господарство, виробництво та реалізація окремих видів товарів, роздрібна торгівля тощо) то доцільним є коригування як обсягів виробництва, так і ціни через обчислення середнього значення даних 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.

Д. 2.2.1. Темп зміни ефективності використання електроенергії в порівнянні з минулим роком (%).

Д. 2.2.2. Темп зміни ефективності використання газу в порівнянні з минулим роком (%).

Д. 2.2.3. Темп зміни ефективності використання води в порівнянні з минулим роком (%).

Свідченням існування гармонійного розвитку за елементом “використання природних ресурсів та електроенергії” за критерієм “розвиток” є існування тенденції у зниженнях рівня значень за наведеними вище показниками. Слід враховувати, що на практиці не завжди суб'єктам господарювання вдається забезпечити досягнення такого зниження значень за всіма показниками одночасно, однак існування тенденції зниження значень хоча б за одним із показників може трактуватись як існування передумов та підтримання гармонійного розвитку за даною сферою.

Д. 2.2.4. Загальна сума витрат на заходи, пов'язані із мінімізацією використання природних ресурсів протягом року (гр.од.) – даний показник передбачає агрегування витрат, яке понесло підприємство в аналізованому році на впровадження ощадливих заходів, спрямованих на ефективне використання природних ресурсів та забезпечення енергозбереження в цілому.

Показники Д. 2.2.1 – 2.2.3 спрямовані на фіксування та відслідковування змін, які відбулись на підприємстві у напрямку ощадливого використання природних ресурсів. Наявність позитивної динаміки за означеними показниками є безумовним фактом 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 є можливим за умови скорочення обсягів споживання таких ресурсів. Водночас показник Д. 2.2.4 інформує про готовність суб'єктів господарювання здійснювати інвестиції в напрямку енергоефективності та формування підґрунтя, націленого на системні удосконалення в сфері ощадливого використання електроенергії та природних ресурсів в процесі виробничо-господарської діяльності.

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

Д. 2.3.1. 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.

Д. 2.3.2. Участь у проектах 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). В даному випадку зазначається загальна 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 вносити свій вклад у напрямку забезпечення підвищення енергоефективності та ощадливого використання природних ресурсів.

#### Д. 3. Використання матеріальних ресурсів

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану та особливостей використання матеріальних ресурсів в процесі виробничо-господарської діяльності підприємства. Водночас відслідковування зміни у значеннях показників даної групи дозволяють констатувати наявність/відсутність удосконалень у напрямку використання зазначених видів ресурсів у виробничо-господарській діяльності підприємства.

Д. 3.1.1. Показник зносу основних засобів ( $Z_{OЗ}$ , %) – спрямований на визначення рівня інтенсивності зносу основних засобів в результаті їхнього використання у виробничому процесі. Даний показник обчислюється як [Ошибка! Источник ссылки не найден.]:

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

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

Д. 3.1.2. Матеріаломісткість виробленої продукції ( $МВП$ , %) – з точки зору гармонійного розвитку даний показник покликаний відобразити ефективність використання матеріальних ресурсів підприємством, адже одним із головних постулатів концепції гармонійного розвитку є ощадливе використання ресурсів в цілому. Даний показник обчислюється як [30]:

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

де  $МВ$  – 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.

Д. 3.1.3. Матеріалоємність виготовленої продукції в 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  $s$ .

Д. 3.1.4. Енергоємність виробленої продукції ( $ЕЄП$ , в натуральних одиницях) [31]:

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

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

Порівняння показників Д. 3.1.3. та Д. 3.1.4. із значеннями за минулі періоди дозволяє сформулювати уявлення про зростання/спадання інтенсивності використання матеріальних ресурсів в процесі виробництва. Водночас обчислення та аналізування показників матеріаломісткості та матеріалоємності продукції дозволить сформулювати уявлення про ті види товарів, виробництво яких потребує пошуку резервів оптимізації як з точки зору зменшення питомої ваги матеріальних витрат у структурі собівартості, так і з точки зору заміни окремих видів матеріальних ресурсів. Останнє, в

свою чергу, може досягатись не лише шляхом заміщення сировини та окремих видів матеріалів з урахуванням їхньої якості, а й при допомозі техніко-технологічного удосконалення, скороченні втрат таких ресурсів під час транспортування, складування, зменшення кінцевого браку продукції тощо.

Д. 3.1.5. Показник повторного використання матеріалів (ПВМ, %) – показує частку матеріалів, які через зміну їхніх властивостей (хімічних, фізичних тощо) можуть бути використані підприємством вдруге. Слід наголосити, що суб'єкти господарювання можуть застосовуватись різноманітні форми повторного використання матеріалів, наприклад, механічна переробка, рекуперація тощо. Даний показник обчислюється як [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 в процесі виробничо-господарської діяльності у довгостроковій перспективі.

Д. 3.2.1. Показник оновлення основних засобів (ООЗ, %) – засвідчує інтенсивність введення на підприємство нових/удосконалених основних засобів. Рекомендується обчислювати як [31]:

$$ООЗ = \frac{ВОЗ_6}{ВОЗ_3} 100 \%, \quad (9)$$

де  $ВОЗ_6$  – загальна вартість основних засобів, які були набуті підприємством протягом звітного періоду, гр.од.;  $ВОЗ_3$  – загальна первісна вартість основних засобів, наявних на підприємстві станом на кінець звітного періоду, гр.од.

Даний показник належить до критерію “розвиток”, тому свідченням позитивних змін на підприємстві, в контексті використання основних засобів є існування динаміки зростання значення даного показника за кілька періодів.

Д. 3.2.2. Темп зміни оновлення основних засобів у порівнянні із значеннями минулого року (%).

Д. 3.2.3. Темп зміни обсягів виробничих відходів ( $T_{ОВ}$ , у %) у порівнянні із значеннями минулого року. Даний показник має на меті відобразити зміни у діяльності підприємства, націлені на покращення управління його відходами, в результаті виробничо-господарської діяльності

Д. 3.2.4. 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).

Д. 3.2.5. Загальна кількість ініціатив (політики, процедури, проекти, технологічні рішення, модернізоване обладнання, придбане устаткування тощо) підприємства, націлених у напрямку забезпечення ощадливого використання матеріальних ресурсів, скорочення відходів у як процесі виробництва, так й згенерованого підприємством в цілому, повторне використання та безпечна утилізація (к-сть) протягом року. Слід зазначити, що наявність таких ініціатив з року в рік свідчитиме про цілеспрямованість та системність підприємства в підході до управління власними матеріальними ресурсами та впливом на оточуюче середовище під час виробництва продукції.

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

Д. 3.3.1. 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 і т.д. за певний період часу з питань підвищення удосконалення використання матеріальних ресурсів, зниження обсягів генерування відходів та мінімізації негативного впливу на навколишнє природне середовище у процесі виробництва продукції.

Д. 3.3.2. Загальна кількість інформаційних повідомлень (на сайті компанії, ЗМІ, соціальних мережах, 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 нести відповідальність та, як наслідок, формувати позитивний імідж компанії.

III. Соціальна сфера:

C.1. 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, %) – є свідченням рівня плинності працівників із власної ініціатииви. Водночас даний показник може проілюструвати їхнє бажання та готовність продовжувати довгострокову співпрацю із компанією. Низьке значення даного показника вказує й на відносну незмінність трудового колективу, ефективність управління трудовими ресурсами та на задоволеність працівниками як умовами праці, так й політикою матеріального та нематеріального стимулювання. Зазначений показник пропонується обчислювати як [30]:

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

де  $З$  – загальна кількість звільнених працівників за власним бажанням протягом року;  
 $\overline{ЧП}$  – середньооблікова кількість працівників станом на аналізований 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 даного показника вказує на бажання та конкретні кроки підприємства у напрямку розвитку у працівників навичок, що є найбільш затребуваними з точки зору підвищення ефективності виконуваних операцій, з метою отримання додаткових конкурентних переваг.

C1.1.3. Кількість інцидентів та порушень правил безпеки на робочому місці протягом року – зазначений показник, з точки зору гармонійного розвитку, вказує на безпечність 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 в процесі 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 отримання конкурентних переваг підприємством на ринку.

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

С1.3.1. Загальна кількість взаємодій із релевантними зацікавленими сторонами (к-сть) (управлінці, робітники, рекрутери, працівники HR підрозділів, представники професійних об'єднань, компанії з підбору персоналу тощо) у вигляді зустрічей, круглих столів, проведенні спільних навчань та консультацій, анонімних опитувань, інтерв'ю, індивідуальних консультацій за певний період часу з питань забезпечення задоволеністю роботою та збереження відданості компанії.

#### С.2. Споживачі

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану та результатів компанії в процесі взаємодії із споживачами, націленої на демонстрування відповідальності за вироблений продукт/надані послуги та недопущення загрози здоров'ю й безпеці споживачі. Взаємодія суб'єктів господарювання із споживачами/клієнтами може досягатись через різні аспекти – забезпечення їхньої задоволеності, системного інформування про вироблений продукт, відслідковування їхньої поведінки, вподобань та відгуків, формування позитивного ставлення до бренду компанії і т.д., що, як наслідок, демонструє турботливе ставлення компанії до своїх клієнтів.

С2.1.1. Показник утримання споживачів (ПУС, %) [33] – з точки зору гармонійного розвитку є свідченням лояльності споживачів до бренду, задоволеністю якістю продукції, рівнем обслуговуванням та того, що цінності, які ретранслює компанія є зрозумілими та прийнятними для споживача.

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

де  $C_n$  – існуючі споживачі, що повторно здійснили покупки товарів/послуг протягом року;

$C_3$  – загальна споживачів, які здійснили придбання товарів/послуг у компанії протягом року.

Відмітимо, що у наведеному вище порядку обчислення зазначеного показника пропонується використовувати як аналізований період рік, однак його доцільно коректувати із врахуванням специфіки галузі, життєвому циклу продукції, частоти виведення на ринок нових і удосконалених товарів, а також інтенсивності промоцій, які здійснює компанія. Зокрема, для сфери послуг аналізованим періодом доцільно обрати пів року, в той час як для галузей промисловості це може бути й кілька років.

С2.1.2. Показник повернень (ПП, %) [33] – даний показник має на меті більш ґрунтовно відобразити задоволеність споживачів придбаними товарами, яка визначається низкою факторів – якістю, ціною, індивідуальними смаками й уподобаннями, лояльністю до бренду 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 й на здоров'я кінцевих споживачів. Тому оцінити такий вплив рекомендується 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, що була повернута виробнику через скарги, дефекти, неналежну якість, розходженнях у задекларованих параметрах та властивостях із наявними характеристиками, неможливість використання за призначенням і т.д. протягом року;

$P_3$  – загальна кількість продукції, що була реалізована компанією 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 врахування запитів споживачів (ПВЗС, %) [33] – спрямований на висвітлення існуючої (поточної) реакції підприємства на запити споживачів. Зазначений показник віднесений до критерію розвиток, з огляду на пошук аспектів та напрямків для удосконалень та,

тим самим, створюючи передумови для підвищення рівня задоволеності споживачів у довгостроковій перспективі. Зазначений показник пропонується обчислювати за формулою:

$$ПВЗС = \frac{П_6}{П_3} 100\%, \quad (13)$$

де  $П_6$  – кількість скарг, пропозицій та відгуків клієнтів, які знайшли практичне втілення у виробничо-господарській діяльності суб'єкта господарювання за певний період часу;

$П_3$  – загальній кількість отриманих скарг, відгуків та пропозицій за певний період часу.

Показники взаємодії із стейкхолдерами – націлені на аналізування стану та особливостей комунікації та налагодженні двостороннього зв'язку із існуючими та потенційними споживачів компанії.

С2.3.1. Проведення опитувань існуючих та потенційних клієнтів (так/ні) – безумовно, опитування клієнтів (опитування по телефону, онлайн опитування, анкетування фокус-груп та/чи існуючої клієнтської бази, SurveyMonkey, чат-боти, короткі опитування у соціальних мережах тощо) є найбільш ефективним інструментом комунікації як з існуючою клієнтською базою, так і з потенційними споживачами.

### С3. Суспільство

Показники результативності – спрямовані на визначення внеску компанії у налагодження та підтримання позитивних взаємовідносин із громадськістю. Слід зазначити, що в залежності від можливостей та цілей суб'єктів господарювання вони можуть взаємодіяти із місцевими громадами, національною та міжнародною спільнотами [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

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 (%) у порівнянні із значеннями минулого року.

Свідченням існування гармонійного розвитку за елементом “суспільство” соціальної сфери та за критерієм “розвиток” є існування тенденції у зростання рівня фінансування проєктів та ініціатив, націлених на задоволення потреб суспільства, зокрема, покращення умов життєдіяльності широкої верстви населення, співпраця із громадськими активістами, підтримання культурних заходів та освітніх програм, соціального підприємництва, суспільно важливих обговорень тощо.

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

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

## IV. Сфера управління (У)

### У1. Система управління

Показники результативності – спрямовані на визначення поточного стану системи управління, з токи зору адаптації та імплементації ідей гармонійного розвитку через демонстрування прозорості управління організацією та її відповідальності. Мова йде про підтвердження наявності/відсутності ініціатив (заходів, політик, процедур) компанії, на предмет інтегрування в існуючу 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 стандарти ISO [23-27] (так/ні).

Показники розвитку – спрямовані на аналізування передумов та потенціалу підприємства у напрямку удосконалення існуючої системи управління, з метою більш повного включення аспектів гармонійного розвитку у процес управління підприємством в цілому у довгостроковій перспективі.

У1.2.1. Показник рівня реалізації цілей із гармонійного розвитку (%) – даний показник засвідчує рівень виконання компанією цілей, що визначені компанією та описують як окремі аспекти, так й гармонійний розвиток в цілому. Слід зазначити, що цілі гармонійного розвитку можуть бути включеними як у загально корпоративну стратегію, стратегію бізнес-напрямку, бренду, товару/послуги чи операційну стратегію.

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

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

## 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, понесених на сплату пені, штрафів та ін. обов'язкових платежів, унаслідок недотримання чинного законодавства (гр.од.) протягом року.

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

У2.2.1. Темп зміни загальної суми сплачених штрафів (%) у порівнянні із значеннями минулого року.

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

У2.3.1. Загальна кількість взаємодій із представниками контролюючих органів (К<sub>ко</sub>, к-сть) (представники 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, проведенні 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 існуючих 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 точки зору концепції гармонійного розвитку [??], до такої інформації слід віднести склад керівного органу (ради директорів, правління тощо), безпосередні обов'язки та відповідальність, у разі порушення умов трудового договору, загальна сума річної винагороди та інші види компенсацій, процедура вирішення конфлікту інтересів та оскарження прийнятих рішень, гендерний розподіл, частота зміни складу органу управління, кваліфікаційні вимоги до претендентів та підстави для підвищення й отримання додаткових видів матеріального стимулювання тощо.

Показники взаємодії із 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 загальноновизнаних міжнародних платформ – Глобальна ініціатива зі звітності [1], Corporate Register [??**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]) звіту із гармонійного розвитку (звіт із корпоративної соціальної відповідальності, звіт про відповідальний бізнес, звіт про етичний бізнес тощо) (так/ні).

#### V. Сфера культури:

##### 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 напрямку декларування та дотримання власних цінностей, загальноновизнаних норм поведінки, розуміння добросовісної ділової практики та створення доброзичливої атмосфери для працівників організації.

Показники розвитку – спрямовані на аналізування існуючих передумов, у напрямку започаткування й підтримання врахування організацією культурних аспектів у довгостроковій перспективі.

K1.2.1. Включення аспектів культури у місію та цілі розвитку організації (так/ні). Протягом останніх років актуалізувалось питання стосовно неприпустимості будь-яких форм дискримінації чи утисків в організаціях та поширення культури доброзичливого ставлення й взаємної поваги, яка декларується компаніями в офіційних документах та є елементом загальної стратегії розвитку [??**Ошибка! Источник ссылки не найден.**]. Саме тому, означеним аспектам все частіше відводиться більша роль, особливо коли мова йде про суб'єкти господарювання, що здійснюють свою діяльність на міжнародних ринках.

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

K1.3.1. Наявність опитувань релевантних стейкхолдерів (споживачів, постачальників, партнерів, існуючих/потенційних інвесторів, представників ЗМІ) про випадки неетичної поведінки та проявів дискримінації під час виконання працівниками своїх посадових обов'язків (так/ні) протягом року. Слід зазначити, що прояви такої поведінки, першочергово, призводять до появи репутаційних ризиків, особливо якщо мало місце публічне 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.

К2.1.1. 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 існуючих передумов, у напрямку започаткування й підтримання удосконалення взаємовідносин між працівниками у довгостроковій перспективі.

К2.2.1. 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 із стейкхолдерами – націлені на аналізування стану сприйняття та рівня задоволеності працівниками робочою атмосферою в організації.

К2.3.1. Наявність анонімних опитувань працівників організації за проблемою 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 існуючих передумов, у напрямку 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, поширення недостовірної інформації про конкурентів, у рекламних заходах, витоку інформації з необережності тощо (так/ні).

Показники взаємодії із стейкхолдерами – націлені на аналізування стану забезпечення організацією існуючих 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 розширеної інформації на веб-сайті (окремої закладки, сторінки, розділу і т.д).

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

## Висновки

Основними перевагами наведеної вище системи показників за розробленою структурою є:

– дозволяє організації збирати та систематизувати різнобічну інформацію про аспекти ГР (які відображають основні елементи ГР на рівні суб'єкта господарювання, оцінити існуючий стан із такого розвитку та потенційні можливості організації до системної імплементації ініціатив ГР), що може стати основою бенчмаркінгу такого розвитку, з метою удосконалення її існуючої стратегії розвитку в цілому;

- містить як кількісні, так і якісні показники, що враховують як специфіку самого об'єкта дослідження, так і способи збирання такої інформації;
- дозволяє проаналізувати поточні результати імплементації ідей ГР (показники критерію “результативність”) та констатувати й відслідкувати якісні зміни, що відбулись в організації, у напрямку підтримання заходів із такого розвитку (критерій “розвиток”);
- дозволяє здійснювати порівняльний аналіз як представників однієї галузі, так й представників різних секторів економіки (особливо коли мова йде про критерії “розвиток” та “взаємодія із стейкхолдерами”);
- сформована із врахуванням міжнародних рекомендацій та стандартів ESG, GRI та SAS, що в підсумку дозволить організаціям формувати звіти, згідно даних стандартів, отримувати відповідну сертифікацію та бути 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);
- дозволяє відслідковувати існуючу комунікацію із 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.ere.m.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](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., 90-97.
7. Васильчук І. П. (2012). Оцінка діяльності корпорацій в контексті сталого розвитку. Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 2, 39–44.
8. Довгань Л.Є. та Сімченко Н.О. (2008). Сучасні аспекти сталого розвитку машинобудівних підприємств. Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики, №3, 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., 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, Volume 78, Issue 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 / П.Д. Каминський ; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк, 2004. – 22с.
20. Мельник Л. Г. (2005). Основи стійкого розвитку: Посібник для перепідготовки фахівців. – Суми: Університетська книга.
21. Харчук В.Ю. (2020). Генезис поняття “гармонійний розвиток суб’єктів господарювання”. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку*. Вип. 2, № 2, 154–168.
22. Харчук В.Ю. (2020). Метод обґрунтування та виокремлення сфер гармонійного розвитку підприємств. *ЕКОНОМІКА: реалії часу*. №6 (52), 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](http://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), 76–81.
29. Нікітченко О. Ю. (2013) Промислова екологія (конспект лекцій для студентів 3 курсу денної форми навчання за напрямом підготовки 6.170202 “Охорона праці”). Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Х.: ХНАМГ, 164с.
30. Організація Об’єднаних Націй в Україні. Цілі сталого розвитку 2016-2030. Retrieved from: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholitia/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. Azapagic A., Perdan S. (2000) Indicators of Sustainable Development for Industry: A General Framework, Process Safety and Environmental Protection, Volume 78, Issue 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.48.2.13.
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](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. № 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. ta Simchenko N.O. (2008). Suchasni aspekty staloho rozvytku mashynobudivnykh pidpriemstv. Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky, №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, №2, 151 – 155 (in Ukrainian).
10. Lopatynskiy Yu.M., Todoriuk S.I. (2015). Determinanty staloho rozvytku ahrarnykh 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 JP (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, Volume 78, Issue 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. Udoskonalennia mekhanizmu staloho rozvytku promysloвого pidpriemstva v umovakh nestabilnoi koniunktury: avtoref. dys. kand. ekon. nauk: 08.06.01 / P.D. Kamynskiy ; Donets. derzh. un-t ekonomiky i torhivli im. M.Tuhan-Baranovskoho. – Donetsk, 2004. – 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 "harmoniinyi rozvytok subiektiv hospodariuvannia". Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku. Vyp. 2, № 2, 154–168 (in Ukrainian).
22. Kharchuk V.Iu. (2020). Metod obgruntuvannia ta vyokremlennia sfer harmoniinoho rozvytku pidpriemstv. EKONOMIKA: realii chasu. №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](http://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. № 1 (47), 76 — 81 (in Ukrainian).
29. Nikitchenko O. Yu. (2013) Promyslova ekolohiia (konspekt lektsii dlia studentiv 3 kursu dennoi formy navchannia za napriamom pidhotovky 6.170202 "Okhorona pratsi"). Khark. nats. akad. misk. hosp-va. Kh.: KhNAMH, 164s. (in Ukrainian).
30. Orhanizatsiia Obiednanykh Natsii v Ukraini. Tsili staloho rozvytku 2016-2030. Retrieved from: <http://www.un.org.ua/ua/tsili-rozvytku-tysiacholitia/tsili-staloho-rozvytku> (Accessed: 22.02.2021) (in Ukrainian).
31. Melnyk O. H. Systemy diahnozyky diialnosti mashynobudivnykh pidpriemstv: polikryterialna kontseptsii ta instrumentarii: [monohrafiia] / O.H. Melnyk. – Lviv: Vydavnytstvo Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika", 2010. – 344 s. (in Ukrainian).
32. Azapagic A., Perdan S. (2000) Indicators of Sustainable Development for Industry: A General Framework, Process Safety and Environmental Protection, Volume 78, Issue 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 Pavlákova, 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).

**UDK 331.1**

V. Y. Kharchuk

Lviv Polytechnic National University

Management and International business Department

#### **A SYSTEM OF INDICATORS FOR ASSESSING COMPANIES' SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN GLOBALIZED WORLD**

© V. Y. Kharchuk, 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").

Keywords: "system of indicators", "business sustainability", "indicator for assessing companies' sustainable development".