

System of Corporate Social and Environmental Responsibility Indicators of Enterprises for Managerial Decision-Making Taking the Needs of Stakeholders into Account*

DENYS O. SMOLENNIKOVⁱ, YULIJA V. CHORTOKⁱⁱ, ANATOLII V. BONDARⁱⁱⁱ

In today's conditions of globalization, any advantages are important for every company in the competition for the consumer. One of them is the implementation of measures for social and environmental corporate responsibility of enterprises and taking into account its practice in forming the company's development strategy. The research examines the decision-making about implementation of corporate social and environmental responsibility in enterprises. Nowadays doing business on the principles of social and environmental responsibility is not only following current trends, but also an important component of the strategy to respond to new challenges.

The set of measures and projects implemented by enterprises to protect the environment and improve the quality of life of the population is usually demanded and has a positive effect on the image of enterprises. At the same time, these actions do not always meet the real needs of stakeholders. There is a need to take into account the interests of stakeholders that became the basis for the idea to develop a simple and user-friendly system of corporate social and environmental responsibility indicators. The purpose of the paper is to form scientific and methodological approaches to defining corporate social and environmental responsibility indicators, which take into account the needs of major groups of stakeholders, and form a common vision towards formulating enterprise development strategy and contribute to effective managerial decision-making in solving social, economic and environmental issues. As a result of the study, a computer program CSLinked was developed, which allows to analyze indicators of enterprises social and environmental corporate responsibility taking into account the needs of stakeholders and provides self-assessment of the company in three groups of indicators – economic, social and environmental.

Keywords: corporate social and environmental responsibility, indicator, managerial decision-making, enterprise, stakeholders, strategy.

УДК 330.161:334.021:502.1

JEL Codes: D81, M14, Q56

Introduction. Corporate social and environmental responsibility (CSER) has radically transformed the business structures of the twenty-first century in the way they conduct their business practices and function in the social environment. Issues that did not matter a few decades ago are now the main ones that should be included in the corporate management strategies of the leading companies in our world today, regardless of the level of profitability and size of the entity.

ⁱⁱ Denys O. Smolennikov, C.Sc. (Economics), Associate Professor, Department of Management, Sumy State University;

ⁱⁱⁱ Yuliia V. Chortok, C.Sc. (Economics), Associate Professor, Department of Economics, Entrepreneurship and Business-Administration, Sumy State University;

^{iv} Anatolii V. Bondar, PhD student, Department of Management, Sumy State University.

* The material is prepared according to the research work "Corporate Social and Environmental Responsibility for Sustainable Development: Stakeholders Partnership in the Real, Financial and Public Sectors of the Economy", which is funded by the Grant from the Ministry of Education and Science of Ukraine (No of state registration 0117U003933);

© D. O. Smolennikov, Yu. V. Chortok, A. V. Bondar, 2020.
<https://doi.org/10.21272/mer.2020.88.14>



Over the past few years, many leading companies around the world have set themselves the goal of creating CSER values and have begun to incorporate not only economic but also social and environmental ideas into their corporate strategies.

The pace of CSER implementation in enterprises depends on several factors, among which a significant share is formed by stakeholders. The authors of the scientific work [1] to the decisions of CSER in relation to stakeholders include the following:

- solutions that promote community health;
- security solutions;
- solutions that improve education;
- solutions that improve employment;
- solutions that improve the quality of life in the natural environment;
- solutions that promote community and economic development;
- solutions that help meet basic human needs and desires.

These above-mentioned decisions are subject to the internal or external actions of the CSER in relation to internal and external stakeholders, which have a huge impact on their success or failure in the market, and community attitudes. It is interesting that the laws of economics are manifested, which is as follows: the more business contributes to meeting the needs of social life, solving economic and environmental problems, the more society will demand from business. In turn, stakeholders such as shareholders, employees or lenders want the business to continue to thrive and benefit from it.

Problem statement. The scientific works of G. Bowen [2], K. Davis [3], A. Carroll [4] and others became the basis for the formation of the scientific concept of CSER and were devoted to justifying the need for a responsible attitude of business to society and the environment.

Among Ukrainian scientists who have studied this issue in the context of the analysis of sustainable development problems, it is necessary to mention L. Korniychuk and V. Shevchuk [5], I. Makarenko and others. [6], I. Sotnyk [7] and others.

In our previous work on the development of the concept of CSER we paid much attention to the development of cooperation between communities and business [8, 9], taking into account the views of stakeholders in the formation of local infrastructure [10], identified key areas for stakeholders [11, 12], confirmed that an effective mechanism for the implementation of CSER enterprise is to take into account its practice in the formation of competitive strategy [13, 14].

However, a review of the scientific literature on the selected topic showed that the applied aspects of management decisions to establish effective cooperation between the company and stakeholders remain out of the attention of scientists and are insufficiently studied.

The purpose is to form scientific and methodological approaches to determining the system of indicators CSER of the enterprise, taking into account the needs of its main groups of stakeholders, and forms a common vision on the way to formulating enterprise development strategy and effective management decisions in solving social, economic and environmental problems.

Results of the research. Nowadays, being socially responsible is what is expected of all organizations, regardless of where they are based and what they do.

The introduction of social and environmental responsibility must begin with the top managers of the organization, because they must believe in the concept of CSER and the results of its implementation.

Assessment of any object of corporate social and environmental responsibility by any method, according to the author [15] requires the use of a certain system of indicators. There

Denys O. Smolennikov, Yuliya V. Chortok, Anatolii V. Bondar.
**System of Corporate Social and Environmental Responsibility Indicators
of Enterprises for Managerial Decision-Making Taking the Needs of Stakeholders into Account**

are partial and general, qualitative and quantitative, internal and external indicators of CSER evaluation.

According to the author of the scientific work [15], the main requirements for CSER indicators are the following:

- efficiency and convenience for management;
- compliance with CSER objectives;
- taking into account the criteria of international standards and industry specifics.

To assess the effectiveness of CSER, various methods are proposed that analyze the socially responsible measures of enterprises using different indicators. The most common are methods of assessing the effectiveness of socially responsible programs of the enterprise, which include a set of quantitative and qualitative indicators that characterize:

- availability and conditions of the enterprise regulatory documents (employment contracts, charter, insurance contracts, etc.);
- working conditions of employees (salary, social benefits, labor protection and safety, support of social programs, etc.);
- environmental factors (energy saving programs, environmental policy, measures to reduce the eco-destructive impact on the environment, etc.).

The authors propose a system of CSER indicators, conditionally divided into three groups - economic, social and environmental (Table 1).

Table 1
System of indicators CSER for management decisions

Cipher	The title of the indicator	Quantitative (QN)/ qualitative (QL)	Stimulator / Distimulator
1	2	3	4
<i>Economic</i>			
IEH01	Production of quality and innovative products	QL	S
IEH02	Compliance with the rules and regulations of economic activity	QL	S
IEH03	The company has implemented anti-corruption measures	QL	S
IEH04	Increased costs for the prevention of accidents, diseases (compared to the previous period)	QN	S
IEH05	Increased costs for overcoming the consequences of pollution, accidents, etc. (compared to the previous period)	QN	D
IEH06	Availability and implementation of corporate documents on ethics, good faith business	QL	S
IEH07	Transparency of corporate governance	QL	S
IEH08	Disclosure of information on procurement plans	QL	S

Д. О. Смоленніков, Ю. В. Чортюк, А. В. Бондар.

Система індикаторів корпоративної соціально-екологічної відповідальності підприємств для прийняття управлінських рішень із урахуванням потреб стейкхолдерів

Продовження табл. 1

1	2	3	4
ІЕН09	Publication of financial statements on the site	QL	S
ІЕН10	Increase in investment in enterprise development (compared to the previous period)	QN	S
ІЕН11	Increase in taxes paid (compared to the previous period)	QN	S
<i>Social</i>			
ІСЦ01	Clear and transparent system of employee bonuses	QL	S
ІСЦ02	An effective system of staff training	QL	S
ІСЦ03	The company is taking steps to ensure gender equality	QL	S
ІСЦ04	Increase in sponsorship and charitable assistance (compared to the previous period)	QN	S
ІСЦ05	Publication of information about vacancies on the official website	QL	S
ІСЦ06	The company's development strategy provides for social responsibility	QL	S
ІСЦ07	Improving the level of security at the enterprise (compared to the previous period)	QN	S
ІСЦ08	Increase in wages and social guarantees (compared to the previous period)	QN	S
ІСЦ09	Increased funding for social projects in the region (compared to the previous period)	QN	S
ІСЦ10	The company's participation in raising social living standards in the region	QL	S
ІСЦ11	Increased research and development costs (compared to the previous period)	QN	S
<i>Ecological</i>			
ІЕЛ01	Reduction of greenhouse gas emissions (compared to the previous period)	QN	S
ІЕЛ02	Availability of corporate documents to assist the region in solving environmental problems	QL	S
ІЕЛ03	Publication of information on environmental audit	QL	S
ІЕЛ04	Reduction of resource use, dematerialization (compared to the previous period)	QN	S
ІЕЛ05	Reduction of waste generation and the degree of their danger to the environment (compared to the previous period)	QN	S
ІЕЛ06	Reducing the volume of wastewater formation and reducing the concentration of pollutants in them (compared to the previous period)	QN	S
ІЕЛ07	Reduction of man-made impact on land resources (compared to the previous period)	QN	S
ІЕЛ08	The activity of the enterprise is safe for the environment	QL	S
ІЕЛ09	Introduction of green technologies, ecological certification	QL	S
ІЕЛ10	Use of energy efficient technologies	QL	S
ІЕЛ11	Increasing the share of renewable energy sources (compared to the previous period)	QN	S

Each of the indicators presented in table 1 has two features:

- 1) quantitative and qualitative;
- 2) stimulant and destimulator.

Denys O. Smolennikov, Yuliya V. Chortok, Anatolii V. Bondar.
**System of Corporate Social and Environmental Responsibility Indicators
of Enterprises for Managerial Decision-Making Taking the Needs of Stakeholders into Account**

Most indicators are stimulating, their growth is assessed in the information system as a positive practice of the enterprise.

The needs of stakeholders are analyzed in terms of three main stakeholder groups (Table 2):

- 1) employees of the enterprise;
- 2) community;
- 3) consumers of products.

Table 2

The needs of the main groups of stakeholders in terms of CSER components

Cipher	The needs of stakeholders	Quantitative (QN)/ qualitative (QL)
<i>Employees of enterprises</i>		
Π01	Decent and fair pay	QL
Π02	Advanced training and the opportunity to manage career development	QL
Π03	Confidence in the workplace	QL
Π04	Availability and effectiveness of the employee's social package	QL
Π05	Involvement of employees in management decisions	QL
Π06	Satisfaction with the moral and psychological climate	QL
Π07	Pride for the company they work for	QL
Π08	Work in safe conditions	QL
Π09	Raising environmental awareness and culture among employees	QL
Π10	Opportunity to be involved in the implementation of social and environmental projects	QL
<i>Community</i>		
Γ01	Improvement of air purity in the region of residence (compared to the previous period)	QN
Γ02	Safe operation of the enterprise	QL
Γ03	Satisfaction with the products of local producers (quantity, quality, etc.)	QL
Γ04	Increasing the number of implemented social and environmental projects in the region (compared to the previous period)	QN
Γ05	Transparency of enterprises in the region	QL
Γ06	Implementation of social and environmental projects by enterprises in the region	QL
Γ07	Opportunity for employment at enterprises in the region, reducing unemployment	QL
<i>Consumers of products</i>		
C01	Consumption of safe products / obtaining safe service	QL
C02	Product innovation	QL
C03	Long history and reliability of the brand	QL
C04	Compliance with environmental standards	QL
C05	Opportunity to join a social project by consuming products	QL
C06	Consumption of products whose production does not harm the environment	QL
C07	Resource efficiency of products	QL

Д. О. Смоленніков, Ю. В. Чортюк, А. В. Бондар.

Система індикаторів корпоративної соціально-екологічної відповідальності підприємств для прийняття управлінських рішень із урахуванням потреб стейкхолдерів

The ratio of CSER indicators and the needs of the main group of stakeholders are shown in table 3.

Table 3

Matrix of compliance of CSER indicators of the enterprise to the interests of the main groups of stakeholders

Cipher	Interests of employees										Interests of the community							Interests of consumers						
	Π01	Π02	Π03	Π04	Π05	Π06	Π07	Π08	Π09	Π10	Γ01	Γ02	Γ03	Γ04	Γ05	Γ06	Γ07	С01	С02	С03	С04	С05	С06	С07
ІЕН01		+	+			+	+							+				+	+					+
ІЕН02	+		+	+		+	+	+						+			+		+					
ІЕН03	+		+		+	+	+									+				+				
ІЕН04			+				+	+			+	+												+
ІЕН05								+			+	+												+
ІЕН06			+	+	+	+	+		+	+						+				+				
ІЕН07			+		+	+	+					+			+					+				
ІЕН08			+				+						+		+		+							
ІЕН09	+		+			+	+								+					+				
ІЕН10		+	+				+					+	+							+				
ІЕН11			+				+								+									
ІСЦ01	+			+		+	+																	
ІСЦ02		+		+		+	+		+															
ІСЦ03	+			+		+	+																	
ІСЦ04							+			+					+		+							+
ІСЦ05	+					+										+		+						
ІСЦ06				+		+	+			+					+	+	+			+			+	
ІСЦ07			+	+		+	+	+				+								+				
ІСЦ08	+			+		+	+																	
ІСЦ09							+			+					+		+							+
ІСЦ10							+			+					+	+	+							
ІСЦ11		+	+						+		+	+							+	+				+
ІЕЛ01							+	+			+	+										+		+
ІЕЛ02							+			+		+				+							+	+
ІЕЛ03			+			+	+	+	+		+	+			+			+				+		+
ІЕЛ04			+				+	+			+	+										+		+
ІЕЛ05							+	+			+	+										+		+
ІЕЛ06							+	+				+										+		+
ІЕЛ07							+	+				+										+		+
ІЕЛ08			+	+		+	+	+			+	+										+		+
ІЕЛ09			+			+	+	+		+	+	+						+	+		+	+	+	+
ІЕЛ10			+				+	+		+	+	+							+		+	+	+	+
ІЕЛ11							+			+	+											+		+

Based on the above information, the authors developed a computer program CSLinked, which allows to analyze indicators of corporate social responsibility of enterprises taking into account the needs of stakeholders and provides self-assessment of the company in terms of three groups of indicators – economic, social and environmental. stakeholder groups – employees of the enterprise, community and consumers of products.

Conclusions and prospects of further research. Leading companies are expected to become more interested in CSER, which covers their areas of activity and affects their major stakeholders. The management of most companies is aware of the serious consequences of ignoring their responsibilities to stakeholders and the environment. The solution of these problems is possible under the condition of observance of the principle of innovation at

formulation of strategies, acceptance of effective decisions at the decision of social, economic and ecological problems which the enterprises face.

References

1. Okpara, J. O. & Idowu, S. O. (2013). Corporate Social Responsibility Challenges, Opportunities and Strategies for 21st Century Leaders. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 315 p.
2. Bowen, H. R. (1953). Social Responsibilities of the Businessman. Harper & Row : N. Y.
3. Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*, № 2 (3), Vol. 2, P. 70–76.
4. Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*, № 38 (3), P. 268–295.
5. Kornijchuk, L. & Shevchuk, V. (2009). Stalyj rozvytok i globalna misiya Ukrainy [Sustainable development and global mission of Ukraine]. *Ekonomika Ukrainy*. – № 4. – C. 4–13 [in Ukrainian].
6. Vasilieva, T. A., Lieonov, S. V., Makarenko, I. A. & Sirkovska, N. (2017). Sustainability information disclosure as an instrument of marketing communication with stakeholders: markets, social and economic aspects. *Marketing and Management of Innovation*, 4, 350-357. <http://doi.org/10.21272/mmi.2017.4-31>
7. Sotnyk, I., Shvets, I., Momotiuk, L., & Chortok, Y. (2018). Management of Renewable Energy Innovative Development in Ukrainian Households: Problems of Financial Support. *Marketing and Management of Innovations*, 4, 150-160. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-14>
8. Chortok, Yu. V. et al. (2019). Financial aspects of stakeholders cross-sector partnership in implementation of communities sustainable development projects. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*, Vol. 3, No 30, 517-525. URL : <http://fkd.org.ua/article/view/179927>
9. Bondar, A. V. & Smolennikov, D. O. (2016). Rozroblennja mehanizmu partnerstva vlady, biznesu ta gromady dlja realizacii' ekologo-orijentovanyh proektiv [Development of a mechanism of partnership between government, business and community for the implementation of environmentally friendly projects]. *Visnyk of Sumy State University. Economy series*, 4, 21–27. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU_ekon_2016_4_5 [in Ukrainian].
10. Chortok, Yu., Yevdokymova, A. & Serpeninova, Yu. (2019). Formation of the mechanism of corporate social and environmental responsibility of the trading company. *Journal of environmental management and tourism*, Vol. 9, No. 5, 1011-1018. [http://doi.org/10.14505/jemt.9.5\(29\).13](http://doi.org/10.14505/jemt.9.5(29).13)
11. Chortok, Yu V., Makarenko, I. O. & Serpeninova, Yu. S. (2017). Prozorist kompanij derzhavnogo sektoru Ukrainy` yak osnova zadovolennya informacijnyh potreb stejkholderiv v umovax stalogo rozvytku. [Transparency of Ukrainian public sector companies as a basis for meeting the information needs of stakeholders in the context of sustainable development]. *Mechanism of Economic Regulation*, 4, 156-164 [in Ukrainian].
12. Smolennikov, D. O. & Buriak, A. V. (2018). Specyfika informacijnyh zapytiv stejkholderiv u finansovomu sektori v umovah stalogo rozvytku [The specifics of information requests of stakeholders in the financial sector in terms of sustainable development]. *Mechanism of Economic Regulation*, 1, 53-61. <http://doi.org/10.21272/mer.2018.79.04> [in Ukrainian].
13. Hakobyan, N., Khachatryan, A., Vardanyan, N., Chortok, Y., & Starchenko, L. (2019). The implementation of corporate social and environmental responsibility practices into competitive strategy of the company. *Marketing and Management of Innovations*, 2, 42-51.
14. Smolennikov, D., & Kostyuchenko, N. (2017). The role of stakeholders in implementing corporate social and environmental responsibility. *Business Ethics and Leadership*. Vol. 1, No. 1, pp. 55-62. <http://doi.org/10.21272/bel.2017.1-07>
15. Suhoterina, M. I. (2015). Mexanizm socialnoyi vidpovidalnosti u strategiyi korporatyvnogo upravlinnya mashynobudivnogo pidpryemstva: Dysertaciya na zdobuttya naukovoogo stupenya kandydata ekonomichnyh nauk. [The mechanism of social responsibility in the strategy of corporate governance of a machine-building enterprise: PhD thesis]. Odessa, 254 p. [in Ukrainian].

Manuscript received 27 February 2020

Д. О. Смоленников, Ю. В. Чортюк, А. В. Бондар.

Система індикаторів корпоративної соціально-екологічної відповідальності підприємств для прийняття управлінських рішень із урахуванням потреб стейкхолдерів

Система индикаторов корпоративной социально-экологической ответственности предприятий для принятия управленческих решений с учетом потребностей стейкхолдеров

**ДЕНИС ОЛЕГОВИЧ СМОЛЕННИКОВ^{*},
ЮЛИЯ ВЛАДИМИРОВНА ЧОРТЮК^{**},
АНАТОЛИЙ ВАЛЕРИЕВИЧ БОНДАРЬ^{***}**

^{*} кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления
Сумского государственного университета,
ул. Р.-Корсаковая, 2, г. Сумы, 40007, Украина,
тел.: 00-380-542-331261, e-mail: dos@management.sumdu.edu.ua

^{**} кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики, предпринимательства и
бизнес-администрирования Сумского государственного университета,
ул. Р.-Корсаковая, 2, г. Сумы, 40007, Украина,
тел.: 00-380-542-687918, e-mail: y.chortok@econ.sumdu.edu.ua

^{***} аспирант кафедры управления Сумского государственного университета,
ул. Р.-Корсаковая, 2, г. Сумы, 40007, Украина,
тел.: 00-380-542-687878, e-mail: a.bondar@management.sumdu.edu.ua

В современных условиях развития глобализационных процессов любые преимущества имеют важное значение для каждой компании в конкурентной борьбе за потребителя. Одна из них – реализация мероприятий социально-экологической корпоративной ответственности предприятий и учета ее практики при формировании стратегии развития компании. В исследовании рассматривается вопрос принятия управленческих решений касательно реализации корпоративной социально-экологической ответственности на предприятиях под влиянием заинтересованных сторон. Ведение хозяйственной деятельности на принципах корпоративной социальной и экологической ответственности на сегодняшний день является не только следованием современным трендам, но и важной составляющей стратегии реагирования на новые вызовы. Комплекс мероприятий и проектов, которые реализуют предприятия с целью охраны окружающей среды и улучшения качества жизни населения, как правило, является востребованным, и положительно влияет на имидж предприятий. В то же время, не всегда эти действия соответствуют реальным потребностям заинтересованных сторон. Именно необходимость учета интересов стейкхолдеров стала основой идеи для разработки простой и понятной для пользователей системы показателей корпоративной социально-экологической ответственности. Целью исследования стало формирование научно-методических подходов к определению индикаторов корпоративной социально-экологической ответственности, которые бы учитывали запросы основных групп стейкхолдеров, и формировали общее видение на пути к разработке стратегии развития предприятия и принятия эффективных управленческих решений при решении социальных, экономических и экологических проблем. В результате исследования была разработана компьютерная программа CSLinked, которая позволяет анализировать показатели корпоративной социальной ответственности предприятий с учетом потребностей заинтересованных сторон и дает самооценку компании по трем группам показателей – экономическим, социальным и экологическим.

Ключевые слова: корпоративная социально-экологическая ответственность, индикатор, принятие управленческих решений, предприятие, стейкхолдеры, стратегия.

Mechanism of Economic Regulation, 2020, No 2, 159–168
ISSN 1726–8699 (print)

**Система індикаторів корпоративної соціально-екологічної відповідальності підприємств
для прийняття управлінських рішень із урахуванням потреб стейкхолдерів**

**ДЕНИС ОЛЕГОВИЧ СМОЛЕННИКОВ*,
ЮЛІЯ ВОЛОДИМИРІВНА ЧОРТОК**,
АНАТОЛІЙ ВАЛЕРІЙОВИЧ БОНДАР*****

* кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління
Навчально-наукового інституту фінансів, економіки та менеджменту імені Олега Балацького
Сумського державного університету,
вул. Р.-Корсаковая, 2, м. Суми, 40007, Україна,
тел.: 00-380-542-331261, e-mail: dos@management.sumdu.edu.ua

** кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки, підприємництва та бізнес-
адміністрування Сумського державного університету,
вул. Р.-Корсаковая, 2, м. Суми, 40007, Україна,
тел.: 00-380-542-687918, e-mail: y.chortok@econ.sumdu.edu.ua

*** аспірант кафедри управління Сумського державного університету,
вул. Р.-Корсаковая, 2, м. Суми, 40007, Україна,
тел.: 00-380-542-687878, e-mail: a.bondar@management.sumdu.edu.ua

У сучасних умовах розвитку глобалізаційних процесів будь-які переваги мають важливе значення для кожної компанії в конкурентній боротьбі за споживача. Одна з них – реалізація заходів корпоративної соціально-екологічної відповідальності підприємств та врахування її практики при формуванні стратегії розвитку компанії. У дослідженні розглядається питання прийняття управлінських рішень щодо реалізації корпоративної соціально-екологічної відповідальності на підприємствах під впливом зацікавлених сторін. Ведення господарської діяльності на принципах соціальної та екологічної відповідальності на сьогоднішній день є не тільки слідуванням сучасним трендам, але й важливою складовою стратегії реагування на нові виклики. Комплекс заходів та проектів, які реалізують підприємства задля охорони довкілля та покращення якості життя населення, зазвичай, є затребуваним, та позитивно впливає на їх імідж. Водночас, не завжди ці дії відповідають реальним потребам зацікавлених сторін. Саме необхідність врахування інтересів стейкхолдерів стала основою ідеї щодо розроблення простої та зрозумілої для користувачів системи показників корпоративної соціально-екологічної відповідальності. Метою дослідження стало формування науково-методичних підходів до визначення індикаторів корпоративної соціально-екологічної відповідальності, які враховують запити його основних груп стейкхолдерів, та формують загальне бачення на шляху до формулювання стратегії розвитку підприємства та прийняття ефективних управлінських рішень при вирішенні соціальних, економічних та екологічних проблем. В результаті дослідження було розроблено комп'ютерну програму CSLinked, яка дозволяє аналізувати показники корпоративної соціальної відповідальності підприємств з урахуванням потреб зацікавлених сторін та забезпечує самооцінку компанії за трьома групами показників – економічним, соціальним та екологічним.

Ключові слова: корпоративна соціально-екологічна відповідальність, індикатор, прийняття управлінських рішень, підприємство, стейкхолдери, стратегія.

JEL Codes: D81, M14, Q56

Tables: 3; *References:* 15

Language of the article: English

Д. О. Смоленніков, Ю. В. Чортюк, А. В. Бондар.

Система індикаторів корпоративної соціально-екологічної відповідальності

підприємств для прийняття управлінських рішень із урахуванням потреб стейкхолдерів

Література

1. Okpara, J. O. & Idowu, S. O. Corporate Social Responsibility Challenges, Opportunities and Strategies for 21st Century Leaders. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. 2013. 315 p.
2. Bowen, H. R. Social Responsibilities of the Businessman. Harper & Row: N. Y. 1953.
3. Davis, K. Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review*. 1960. № 2 (3). Vol. 2. P. 70–76.
4. Carroll, A. B. Corporate social responsibility: Evolution of definitional construct. *Business and Society*. 1999. № 38 (3). P. 268–295.
5. Корнійчук, Л., Шевчук, В. Сталий розвиток і глобальна місія України. *Економіка України*. 2009. № 4. С. 4–13.
6. Vasilieva, T. A., Lieonov, S. V., Makarenko, I. A. & Sirkovska, N. Sustainability information disclosure as an instrument of marketing communication with stakeholders: markets, social and economic aspects. *Marketing and Management of Innovation*. 2017. № 4. P. 350-57. <http://doi.org/10.21272/mmi.2017.4-31> (дата звернення 18.05.2020).
7. Sotnyk, I., Shvets, I., Momotiuk, L., & Chortok, Y. Management of Renewable Energy Innovative Development in Ukrainian Households: Problems of Financial Support. *Marketing and Management of Innovations*. 2018. № 4. P. 150-160. <http://doi.org/10.21272/mmi.2018.4-14> (дата звернення 18.05.2020).
8. Chortok, Yu. V., Yevdokymova, A. V., Zachko, O. B., Yevdokymov, A. V., Miroshnichenko, O. V. Financial aspects of stakeholders cross-sector partnership in implementation of communities sustainable development projects. *Financial and credit activity: problems of theory and practice*. 2019. Vol. 3. No. 30. P. 517-525. URL : <http://fkd.org.ua/article/view/179927> (дата звернення 18.05.2020).
9. Бондар, А. В., Смоленніков, Д. О. Розроблення механізму партнерства влади, бізнесу та громади для реалізації еколого-орієнтованих проектів. *Вісник Сумського державного університету. Серія: Економіка*. 2016. № 4. С. 21–27. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSU_ekon_2016_4_5 (дата звернення 18.05.2020).
10. Chortok, Yu., Yevdokymova, A., Serpeninova, Yu. Formation of the mechanism of corporate social and environmental responsibility of the trading company. *Journal of environmental management and tourism*. 2019. Vol. 9. No. 5. P. 1011-1018. [http://doi.org/10.14505/jemt.9.5\(29\).13](http://doi.org/10.14505/jemt.9.5(29).13) (дата звернення 18.05.2020).
11. Чортюк, Ю. В., Макаренко, І. О., Серпенінова, Ю. С. Прозорість компаній державного сектору України як основа задоволення інформаційних потреб стейкхолдерів в умовах сталого розвитку. *Механізм регулювання економіки*. 2017. № 4. 2017. С. 156-164.
12. Смоленніков, Д. О., Буряк, А. В. Специфіка інформаційних запитів стейкхолдерів у фінансовому секторі в умовах сталого розвитку. *Механізм регулювання економіки*. 2018. № 1. С. 53-61. <http://doi.org/10.21272/mer.2018.79.04> (дата звернення 18.05.2020).
13. Nakobyan, N., Khachatryan, A., Vardanyan, N., Chortok, Y., & Starchenko, L. The implementation of corporate social and environmental responsibility practices into competitive strategy of the company. *Marketing and Management of Innovations*. 2019. 2. P. 42-51.
14. Smolennikov, D., Kostyuchenko, N. The role of stakeholders in implementing corporate social and environmental responsibility. *Business Ethics and Leadership*. 2017. Vol. 1, No. 1, P. 55-62. <http://doi.org/10.21272/bel.2017.1-07> (дата звернення 18.05.2020).
15. Сухотеріна, М. І. Механізм соціальної відповідальності у стратегії корпоративного управління машинобудівного підприємства: Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. Одеса : ОНПУ. 2015. 254 с.