

**Н.С. Краснокутська**, д-р екон. наук, проф. (НТУ «ХПИ», Харків)  
**О.А. Круглова**, канд. екон. наук, проф. (ХДУХТ, Харків)

## **ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ ЯК ІНДИКАТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

Упровадження принципів публічності та відкритості в діяльність компанії забезпечує довіру до неї з боку інвесторів, працівників, споживачів, постачальників ресурсів та інших учасників економічних відносин, що впливає на результати діяльності господарюючого суб'єкта. Неоднозначність трактувань транспарентності та її складових елементів зумовлює численність методичних засад її оцінювання, що ускладнює взаємодію підприємства із зовнішнім середовищем.

Проведені дослідження свідчать, що змістове наповнення транспарентності визначається цільовими суб'єктами комунікацій, що зумовлює численні трактування транспарентності в контексті відкритості та організації роботи владних структур на засадах електронного управління на муніципальному та державному рівнях, прозорості звітності компанії, її комунікації з учасниками економічних відносин та ін.

На підставі вивчення існуючих підходів і трактувань, які зустрічаються в науковій літературі, зміст транспарентності визначено як прозорість відносин підприємства з іншими зацікавленими сторонами, що ґрунтується на засадах фінансової, правової, організаційної, соціальної, антикорупційної прозорості.

Транспарентність у сучасних умовах може, з одного боку, надавати певні переваги за рахунок формування більшої довіри до підприємства, а з іншого – становити загрозу конкурентній позиції. Відкритість інформації про технологічні процеси, зокрема, може порушувати авторські права, розкривати певні секрети виробництва, які в цьому разі можуть бути використані конкурентами.

Сучасні технології розповсюдження інформації надають безліч можливостей для впровадження принципу транспарентності, але за кожним рішенням щодо розкриття певних даних має стояти відповідальність за можливі наслідки. Впровадження принципу транспарентності в межах концепції стейкхолдерів потребує врахування таких обмежень: релевантності (має розкриватися лише та інформація, яка достатньою мірою відповідає інтересам стейкхолдерів); обсягу (має розкриватися лише той обсяг інформації, що входить у сферу компетентності стейкхолдерів та є достатнім для прийняття ними виважених рішень про співпрацю з підприємством).

За результатами критичного аналізу існуючих методичних засад виділено складові транспарентності підприємства та обґрунтовано основні їх характеристики до переліку яких включено: за фінансовою складовою – розкриття інформації про основні результати діяльності, термін подання фінансової звітності за національними та міжнародними стандартами; за правовою складовою – розкриття інформації про реєстрацію підприємства та склад засновників, розкриття інформації про дозвільні нормативно-правові акти з операційної діяльності підприємства; за організаційною складовою – розкриття інформації про організаційну структуру управління підприємства, розкриття інформації про асоційовані й дочірні компанії; за соціальною – оприлюднення соціального звіту підприємства, розкриття інформації про реалізацію соціальних проєктів; за антикорупційною складовою – оприлюднення антикорупційної програми підприємства; розкриття інформації про впровадження антикорупційних заходів.

Аналіз транспарентності, проведений за даними 25 торговельних підприємств, включених до переліку найбільших компаній України, засвідчив невисокий рівень їх відкритості. За оцінками рівень оприлюднення інформації за досліджуваною сукупністю становить 43%. У більшості досліджених господарюючих суб'єктів діагностовано середній рівень транспарентності з низьким значенням коефіцієнтів. За розрахунками для половини досліджених торговельних компаній абсолютне значення комплексного показника транспарентності становить 5,2–5,5 бали з 15 можливих, що свідчить про обмежену відкритість цих підприємств.

Щодо локальних складових, то найбільші показники транспарентності діагностовано за фінансовою та правовою прозорістю розкриття інформації, які оцінено на рівні 40–50% максимально можливого значення. Відзначено, що здебільшого компанії надають інформацію про загальні результати діяльності, дозвільні документи діяльності та склад засновників, водночас питання соціальної відповідальності та антикорупційної прозорості висвітлюють меншою мірою.

Перевірено також гіпотезу про залежність результатів діяльності підприємства від рівня його відкритості. Результати кореляційного аналізу довели залежність між рівнем відкритості підприємства та його розвитком, що доводить актуальність продовження досліджень у цьому напрямі.