

Економічні науки

УДК 339.138

Халіна Вероніка Юрїївна

*кандидат економічних наук, доцент,
заступник директора ННІ підготовки кадрів вищої кваліфікації
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Khalina Veronika

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Deputy head at the
Education and Research Institute for training of high qualification specialists
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

Абелєнцев Євген Васильович

*аспірант
Харківський національний університет
міського господарства імені О.М. Бекетова*

Abielientsev Yevhen

*Graduate Student of the
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv*

**ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ЕЛЕМЕНТ
НОВОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ
TRANSPARENCY OF ENTERPRISE ACTIVITIES AS AN ELEMENT OF
A NEW BUSINESS-MODEL**

***Анотація.** В статті представлено дослідження поняття «транспарентність» крізь призму формування бізнес-моделей функціонування сучасних підприємств, а також розглянуто тісно пов'язані з транспарентністю поняття прозорості та інформації, як засадничі аспекти*

відносин із стейкхолдерами. Для більшої зрозумілості сутності транспарентності сформовано її таксономію, яка доповнена авторським підходом. Представлено також власне визначення транспарентності як елементу нової бізнес-моделі.

Ключові слова: транспарентність, інформація, бізнес-модель, стейкхолдери, підприємство.

Summary. *The article presents a study of the concept of "transparency" through the prism of the formation of business models of the functioning of modern enterprises, and also considers the concepts of transparency and information, which are closely related to transparency, as fundamental aspects of relations with stakeholders. For better understanding of the essence of transparency, its taxonomy was formed, which was supplemented by the author's approach. The own definition of transparency as an element of the new business model is also presented.*

Key words: *transparency, information, business model, stakeholders, enterprise.*

Постановка проблеми. Бізнес-середовище в Україні зазнало важких змін. Умови, які склалися для функціонування підприємств, потребують нових підходів до побудови бізнес-моделей.

Бізнес-модель, як лаконічне описове і графічне відображення способів провадження економічної діяльності компанією, конкретизує та роз'яснює логіку, закладену нею в її місію, демонструє прогрес у досягненні стратегічних цілей і виконанні планів діяльності; висвітлює напрями та види діяльності компанії, її ринки збуту, ключових партнерів, структуру доходів і витрат, чинники унікальності ціннісної пропозиції тощо; визначає перспективи розвитку компанії та принципи організації її бізнесу з погляду залучення ключових ресурсів і капіталу [1]. Все перелічене має поєднуватися і

взаємодіяти прозоро та відкрито. Саме тому підприємству необхідно будувати майбутню бізнес-модель на засадах транспарентності, яка допоможе формуванню довіри з боку споживачів, партнерів та інших стейкхолдерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що сутність транспарентності вивчалася доволі ретельно, але в досить вузькому трактуванні, а саме транспарентність банків [2], корпоративної звітності [3], державного управління [4, 5], бюджетної сфери [6] або інноваційної діяльності [7]. Відповідна категорія неодноразово ставала предметом досліджень та наукових робіт вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких слід назвати таких, як, зокрема, Д. Гунін, О. Кошова, О. Кудіна, П. Манченко, Л. Наливайко, М. Пашковська, Г. Пизіна, С. Романюк, Д. Співак, О. Чепік-Трегубенко, В. Ярошенко. Попередні тематичні розвідки авторів даного дослідження з цього напрямку [9-20] розкривали багатогранність транспарентності як економічної категорії. Але, слід зазначити, що, не дивлячись на велику кількість високоякісних досліджень, відсутній єдиний підхід до трактування її сутності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Дане дослідження покликане популяризувати підхід до побудови бізнес-моделей функціонування будь-яких підприємств на засадах транспарентності, а саме цей напрям майже не вивчався у сучасних наукових розвідках.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Аналіз підходів до розуміння категорії «транспарентність», репрезентація власної дефініції даного поняття, а також формування її таксономії.

Виклад основного матеріалу. Звернемося до доктринальних визначень категорії «транспарентність». Керуючись «золотим правилом тлумачення», проаналізуємо латинську та англійську етимологію цього терміну: транспарентність, від латинського *trans* – прозорий, наскрізь, *pareo* – бути очевидним; англійського *transparent* – зрозумілість, чесність, – це такий стан інформованості (наявність повного, достатнього і достовірного знання) про ту

чи іншу діяльність (її об'єкти або результати), яке дозволяє будь-якому зацікавленому суб'єкту мати повне уявлення про них [21]. Поняття «транспарентність» включає в себе, на думку різних дослідників [3-8], такі соціальнo-економічні категорії як «прозорість», «відкритість», «гласність» та «публічність». В табл. 1 представлені основні визначення категорії «транспарентність», які вплинули на формування власного бачення її сутності.

Таблиця 1

Визначення поняття «транспарентність»

Джерело	Визначення
Кузіна Р.	ступінь, з якою інвестори мають вільний доступ до будь-якої необхідної інформації про компанії, так і рівні цін, глибини ринку; якісна фінансова звітність, зрозуміла зовнішньому користувачеві, що дозволяє порівнювати дані компаній між собою і підготовлена на загальноприйнятній системі облікових стандартів
Крет О.	відкритість, прозорість, гласність, публічність і підзвітність процесу формування, розвитку та функціонування органів державної влади різного рівня і процесу прийняття ними рішень
Пашковська М.	засадниче поняття, яке у собі в тісному взаємозв'язку поєднує декілька категорій, таких як: прозорість, відкритість, гласність, громадську участь тощо, які визначають форми та способи функціонування органів державної влади та місцевого самоврядування у демократичній державі
Пашковська М.	сукупність компонентів, які формують належний рівень розуміння та обізнаності громадян щодо різних аспектів діяльності органів влади, а також забезпечують права та можливості доступу до інформації, участі у роботі органів влади, впливу на прийняття рішень та контролю за діяльністю посадових осіб
Наливайко Л., Романов М.	складна теоретико-правова категорія, що змістовно поєднує в собі такі поняття як прозорість, відкритість, гласність, підзвітність, доступ до публічної інформації та участь в управлінні державними справами
Тихомирова Є.	достовірність, ясність і можливість легкої перевірки відомостей про щонебудь; відсутність секретності
Дерій Ж., Завгородня Н.	інформаційна прозорість або гласність, публічність середовища, в якому знаходиться суб'єкт та надає всім зацікавленим сторонам необхідну їм для прийняття раціональних рішень інформацію у відкритій, повній, своєчасній і зрозумілій формі

Джерело: складено авторами на основі [3-8]

В роботі [15] транспарентність розглядається як соціальне явище, яке, з одного боку, є функціональним феноменом, що сприяє оптимізації регуляторних процесів у суспільстві, а, з іншого, інструментом формування

репутаційних складників суб'єкта господарювання, детермінантом встановлення довірчих відносин з його стейкхолдерами та покращення власного іміджу і, як наслідок, посилення конкурентних переваг.

Найближчим до транспарентності все ж варто вважати поняття «прозорість». Прозорість у бізнесі – це створення та розвиток відкритого середовища діяльності організації для всіх зацікавлених сторін: працівників, інвесторів, споживачів, постачальників, кредиторів, органів державної влади, місцевої громади тощо [22]. Прозорість організації, це, в першу чергу, відкритість її діяльності та управлінських рішень, розкриття інформації у повній, своєчасній, достовірній і зрозумілій формі для головних груп стейкхолдерів [23].

Отже, поняття транспарентності пов'язано, в першу чергу, з інформацією. Тут варто наголосити на кількох важливих аспектах. По-перше, транспарентність інформації має граничну межу (як було доведено в попередніх дослідженнях [15, 20]), за якою знаходиться інформація, непризначена для оприлюднення, тобто обмежена безпекою. По-друге, повна транспарентність, тобто відкритість, інформації в багатьох випадках не призводить до її прозорості, оскільки мало отримати відкриті дані, необхідно мати дозвіл на їх використання та розповсюдження. По-третє, повна відкритість і видимість в сучасному світі може спричинити зворотній ефект, тобто, зробити інформацію непрозорою через її надлишок, спотворення, навмисне надання неправдивих даних та інші зловживання та недоброчесні дії щодо оприлюдненої інформації. Тому важливо витримувати межі транспарентності і вбудовувати такі принципи у нові бізнес-моделі. В той же час, бажання заволодіти схованою інформацією деякими зацікавленими суб'єктами, формує, так звану, «сіру зону», в якій наявні певні ризики розкриття інформації і, як наслідок, нанесення шкоди репутації підприємства. Також необхідно відмітити, що транспарентність є одним з факторів

формування напрямів сталого розвитку підприємства, що, на сьогодні, є важливою складовою стратегій розвитку екосистем усіх рівнів [15].

Для більш глибокого розуміння сутності прозорості, необхідно провести аналіз її видів. Таксономія прозорості, представлена нижче, побудована на основі попередніх досліджень та їх систематизації [15, 24, 25]. Крім того, авторами даного дослідження було запропоновано доповнити існуючу таксономію ще одним видом прозорості, а саме, партнерською прозорістю:

1. Фінансова прозорість – актуальність, достовірність, повнота, ясність та доступність фінансової звітності.

2. Правова прозорість – відкритість інформації щодо заснування підприємства, її власників, стану корпоративного управління, взаємовідносин з клієнтами, співробітниками, державними органами, судові дані.

3. Адміністративна прозорість – відкритість документів щодо органів управління на підприємстві, відкритість процесу прийняття рішень.

4. Технологічна прозорість – повідомлення щодо використання певних технологій під час виробництва продукції (надання послуг), інформація щодо джерел надходження сировини, основних партнерів.

5. Соціальна прозорість – повідомлення щодо програм розвитку для працівників підприємства, реалізації соціальних проектів, наявні зрозумілі принципи діяльності на засадах соціальної відповідальності.

6. Кадрова прозорість – чітка регламентація роботи шляхом культивування єдиної структури формалізованих вимог та норм, побудова системи заходів дисциплінарного характеру, що визначають рівень відповідальності, залученість працівників до прийняття рішень.

7. Екологічна прозорість – транлювання суспільству намірів та їх реалізації, щодо дотримання екологічних норм та стандартів.

8. Корпоративна прозорість – відкритість та зрозумілість етичного кодексу, культурних норм та правил поведінки всередині компанії, пропаганда цінностей компанії та їх дотримання.

9. Партнерська прозорість – відкриті та довірчі відносини зі стейкхолдерами.

Представлена таксономія містить основні напрями діяльності підприємства, які необхідно імплементувати в сучасні бізнес-моделі для врахування всіх можливих чинників функціонування підприємства.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, провівши аналіз теоретичного базису прозорості (грунтовні дослідження науковців щодо визначення даної економічної категорії, її взаємозв’язку з іншими поняттями, а також таксономію прозорості), авторами пропонується власне бачення цієї категорії, а саме: прозорість – це репутаційний елемент бізнес-моделі підприємства, який охоплює всі аспекти його діяльності, спрямовується на досягнення довірчих відносин зі стейкхолдерами, формування вигірної конкурентної позиції і обмежується безпекою інформаційних ресурсів.

В подальшому авторами планується сформувати підхід до побудови бізнес-моделей заснованих на прозорості.

Література

1. Куцик П.О. Бізнес-моделювання в покращенні інформативності інтегрованої звітності. Фінансовий ринок: інституції та інструменти, 3–6 червня 2018 року, Львів. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2018. С. 59–61. URL: <http://surl.li/mazyz> (дата звернення: 11.10.2023).
2. Д’яконова І.І., Сіняговський Ю.В. Роль прозорості учасників банківського ринку в антикризовому регулюванні. *Ефективна економіка*.

2020. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8330> (дата звернення: 11.10.2023).
3. Кузіна Р.В. Прозорливість корпоративної звітності як основа її формування. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 12. С. 193-197.
 4. Пашковська М. Поняття прозорливості в сучасній науці «Державне управління». *Ефективність державного управління. Збірник наукових праць*. 2013. Вип. 34. С. 135-143.
 5. Крет О.В. Інституалізація прозорливості державної влади: автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. політ. наук : спец. 23.00.02. Чернівці, 2010. 20 с.
 6. Тихомирова Є.Б. Прозорливість бюджету України: методики оцінки держдепартаменту США та міжнародного бюджетного партнерства. *International relations, part "Political sciences"*. 2015. № 5. URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/2502 (дата звернення: 07.10.2023).
 7. Дерій Ж.В. Прозорливість інноваційної діяльності як необхідна умова існування та розвитку харчової промисловості України. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2016. № 1(2). С. 264-267.
 8. Наливайко Л. Поняття та ознака прозорливості в контексті євроінтеграції. *Jurnalul juridic national: teorie și practică*. 2016. № 5 (21). С. 27-29. URL: <http://www.jurnaluljuridic.in.ua/archive/2016/5/6.pdf> (дата звернення: 07.10.2023).
 9. Smachylo V., Khalina V., Kolmakova O., Ustilovska A. Adaptation of Enterprises to Continuous Socio-Economic Changes in a Region. SHS Web of Conferences 67, 06047 (2019) NTI-UkrSURT 2019. URL: <https://cutt.ly/XkcYEVD> (дата звернення: 02.10.2023).

10. Смачило В.В., Халіна В.Ю. Соціальне підприємництво як інтегративний інструмент сталого розвитку України: європейський досвід. *Інфраструктура ринку*. 2017. № 6. С. 76–82.
11. Халіна В.Ю., Васильєва Т.С. Клієнтоорієнтованість як нова парадигма ведення бізнесу. *Економіка та держава*. 2018. № 9. С. 75–78.
12. Халіна В.Ю., Буцький В.О., Крицька К.С. Публічні екозакупівлі: організаційно-економічні засади впровадження та здійснення. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. 2020. № 154. С. 56-60.
13. Khalina V., Butskiy V., Ustilovska A. Ecoprocurement in road construction as a tool for sustainable development. *Сучасні проблеми розвитку права та економіки в інноваційному суспільстві*. 20 березня 2020 р., Болгарія. Вид-во: ACCESS PRESS, 2020. С. 82-89.
14. Халіна В.Ю., Васильєва Т.С. Теоретичні аспекти формування клієнтоорієнтованої стратегії розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 9. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/9_2019/49.pdf (дата звернення: 02.10.2023).
15. Халіна В.Ю., Сироватський О.А. Транспарентність діяльності будівельного підприємства як детермінант довіри стейкхолдерів. *Економічний простір: Збірник наукових праць*. 2020. № 155. С. 74-80.
16. Халіна В. Ю. Виклики ВАНІ світу та нові можливості розвитку Soft Skills. *Роль соціального та емоційного інтелекту як найважливіших soft-skills XXI століття в освітньому процесі*. 6 березня-16 квітня 2023. С. 424-427. URL: <http://surl.li/lsoxt> (дата звернення: 09.10.2023).
17. Халіна В.Ю. Концептуальний базис адаптивного розвитку екосистем. *Збірник наукових праць Державного університету інфраструктури та технологій*. 2019. Вип. 46. С. 118-124.

18. Халіна В. Ю., Васильєва Т. С. Соціальна відповідальність як головна компонента клієнтоорієнтованості підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 18. С. 53-61.
19. Халіна В., Васильєва Т. Структурно-функціональний підхід до формування клієнтоорієнтованої стратегії розвитку підприємства. *Економіка та суспільство*. 2020. 22. URL: <http://surl.li/mazzy> (дата звернення: 02.10.2023).
20. Халіна В., Сироватський О., Круглов І. Концепція транспарентного управління діяльністю будівельних підприємств. *Економіка та суспільство*. 2020. 22. URL: <http://surl.li/mbaad> (дата звернення: 08.10.2023).
21. Черторижський В.М. Політика транспарентності як інструмент активізації транскордонного співробітництва. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2015. Вип. 3(113). С. 86-88. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20153\(113\)/sep20153\(113\)_086_ChertoryzhskyyVM.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20153(113)/sep20153(113)_086_ChertoryzhskyyVM.pdf) (дата звернення: 09.10.2023).
22. Олійник О.О. Напрями підвищення прозорості діяльності організацій. *Соціально-трудова відносина: теорія та практика*. К., 2017. № 1 (13). С. 224-230.
23. Гончаренко Ю.В. Дослідження інформаційної прозорості як економічної категорії з метою оптимізації її рівня. *Актуальні проблеми економіки*. 2019. № 11 (221). С. 34-42.
24. Суровцева І.Ю. Транспарентність управлінських структур: шляхи інформаційної прозорості. *Менеджер*. 2016. Вип. 1. С. 55-61.
25. Григор'єв Г.С., Ненно І.М. Транспарентність у національному макроекономічному середовищі. *Вісник ОНУ Імені І. І. Мечникова*. 2017. Вип. 6 (50), Т. 22. С. 40-43. URL: <http://surl.li/mbalw> (дата звернення: 09.10.2023).