

ТРАНСПАРЕНТНІСТЬ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

О. О. РУДАЧЕНКО, д-р екон.наук, проф.

Д. МЕДВЕДЕСВ, аспірант спеціальності 076 - Підприємництво та торгівля

Харківський національний університет міського господарства

імені О. М. Бекетова

Термін «транспарентність» історично сформувався в англо-американській соціальній науці та визначається як показник комунікації між публічною владою та громадськістю. Походження цього поняття вивчається з погляду лінгвістичного аспекту, де англійське слово «transparency» перекладається як «прозорий, зрозумілий, явний» («trans» – прозорий, наскрізь, та «pareo» – бути очевидним). Сучасність свідчить про відзначений тренд використання цього терміну в різних мовах світу, таких як французька («transparence»), італійська («trasparenza»), іспанська («transparencia»), німецька («transparenz») та інші.

На думку автоки В. Пилаєвою, сучасна правова доктрина розглядає поняття «транспарентності» з кількох теоретичних підходів [1]:

- як дослідження «транспарентності» в контексті права громадян на доступ до інформації про діяльність державних органів;
- як ототожнення термінів «транспарентність», «гласність», «прозорість» та «відкритість», які вважаються синонімічними;
- як окремі, не тотожні поняття, при цьому існують науковці, які взагалі не враховують категорію «транспарентності».

Українські наукові праці часто використовують терміни «прозорість» і «відкритість» як синоніми для «транспарентності», а також взаємозамінюють їх із «гласністю» та «публічністю». Основне значення терміну «транспарентність» в українській літературі часто асоціюється з інформаційною відкритістю соціальних, економічних та політичних процесів [2].

Процес транспарентності важливий в будь-якій діяльності, особливо гостро це відчувається в підприємстві, де інвестори або кредитори повинні мати довіру до керівництва [3].

Сучасний бізнес стикається з безпрецедентною кількістю викликів і можливостей, і транспарентність стає ключовим фактором успіху для підприємств у цьому конкурентному середовищі. Забезпечення високого рівня прозорості у веденні підприємницької діяльності визначається як стратегічна необхідність, відіграючи важливу роль у різних аспектах економічного та соціального розвитку. Так, сфоровані, основні напрямки, необхідні для процесу транспарентності.

1. Вимоги сучасного ринку. Сучасні споживачі дедалі більше схильні обирати продукти та послуги компаній, які володіють високим рівнем прозорості. Відкритість у відносинах з клієнтами є основною вимогою, оскільки споживачі прагнуть зрозуміти, звідки походить продукція, як вона виготовляється, та яким чином підприємство взаємодіє зі спільнотою.

2. Зміни в законодавстві. Багато країн активно впроваджують законодавчі ініціативи, спрямовані на підвищення рівня прозорості в бізнесі. Обов'язкові звітності, відкритість фінансових операцій та інші заходи стають необхідними елементами ведення підприємницької діяльності.

3. Збільшення довіри стейкхолдерів. Прозорість сприяє збільшенню довіри стейкхолдерів, включаючи інвесторів, партнерів, співробітників та громадськість. Підприємства, які відкрито демонструють свою діяльність, етичні принципи та соціальну відповідальність, здатні залучати більше ресурсів та можливостей для розвитку.

4. Ризики та кризові ситуації. В умовах глобальної економічної нестабільності підприємства стають більш уразливими перед ризиками та кризовими ситуаціями. Високий рівень прозорості сприяє забезпеченню швидкої реакції на негативні явища, зменшуючи можливість фінансових втрат та зберігаючи репутацію компанії.

5. Зростання соціальної відповідальності. Підприємства відчувають рости вимог до соціальної відповідальності, а прозорість стає ключовим інструментом в їхній реалізації. Як показник внутрішніх стандартів та відкритості у відносинах з громадськістю, цей фактор є основою для створення сталої та впливової компанії.

Таким чином, все більше підприємств розуміють, що прозорість – це не тільки правило гри, але і стратегічна перевага, яка забезпечує стабільність, взаємодію з ринком та позитивний вплив на співробітників та споживачів. Тому, питання створення прозорого та відкритого бізнес-середовища залишається однією з ключових тем в сучасному економічному дискурсі.

Список використаних джерел:

1. Пилаєва В. М. Наукові підходи щодо визначення принципу прозорості в діяльності органів виконавчої влади у вітчизняній науці адміністративного права. *Право і суспільство*. 2016. № 2. Ч. 2. С. 128–132.

2. Наливайко Л.Р., Чепік-Трегубенко О.С. Прозорість публічної влади: вітчизняний і зарубіжний досвід. URL: <http://er.dduvs.in.ua/bitstream/123456789/1999/1/2.1.pdf>

3. Коненко В.В., Рудаченко О. О. Процес цифровізації підприємницької діяльності як спосіб забезпечення прозорості господарювання. № 9 (2023): *ЕФЕКТИВНА ЕКОНОМІКА*. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.9.9>