

УДК 330.162



А. М. ОМЕЛЬЯНЮК,
*кандидат экономических наук, доцент,
первый проректор,
Брестский государственный технический
университет*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КАТЕГОРИИ «ПРОЗРАЧНОСТЬ» В ОЦЕНКЕ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Кибернетическое направление научной мысли представляет фирму как «черный ящик» - объект, который в действующей системе управления потребляет из нее ресурсы и осуществляет общественно необходимую деятельность. При этом подходе исследователь абстрагируется от внутренней структуры и содержания данного объекта, его не интересуют внутренние связи и механизмы функционирования внутренних элементов, оставляющих этот «черный ящик». Сконцентрировав фокус исследования на внешних связях, абстрагировавшись от множества за частую взаимно противоречивых целей стейкхолдеров, данное направление экономической науки не может предложить эффективных прикладных инструментов управления современными сетевыми организационными образованиями (корпорациями, производственными кластерами и цепями поставок). Поворот от модели «черного ящика» к концепции организационной прозрачности (concept of organizational transparency), несомненно, обогатит научную базу исследований в области управления экономическими системами и расширит инструментарий прикладного количественного анализа данных процессов.

Ключевые слова: «прозрачность», социально-экономические отношения, процессы управления, институционализм, информация, эффективность управления.

Постановка проблемы. Кибернетический подход к проблеме управления социально-экономическими системами в последнее время активно изучается западными исследователями. Критерий «прозрачность» широко вошел в научную и популярную литературу социальной, экономической и политологической направленности, но комплексного исследования данной категории до настоящего времени не проводилось, а отдельные научные работы изучали лишь частные проявления «прозрачности» в определенных условиях конкретного применения. Определение сущностных признаков категории создает институциональный фундамент повышения эффективности всех форм, связанные с управлением социально-экономическими системами, фирмой,

цепью поставок, сетевой организационной структурой, управлением государством

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованиями категории «прозрачность» занимались как отечественные, так и зарубежные экономисты. Особого внимания заслуживают публикации следующих авторов Высоцкий О.А. Чуклинов А.Е., Кочетыгова Ю., Berglund T. и другие, рассматривая «прозрачность» с различных сторон. Исследования описывают, структурируют и объясняют процессы прозрачности исходя из степени и уровня объекта отношений, выделяя частные и общественные интересы.

Формулировка целей статьи. Основной целью статьи является анализ существующих подходов к «прозрачности» в экономических исследованиях, систематизация и предложение обобщенного и универсального определения.

Изложение основного материала. Впервые вопрос о важности обеспечения прозрачности управления в организации, о влиянии прозрачности процессов управления на ее стратегическое развитие поднимает среди русскоязычных изданий Ростов Н.П. [5]. Первое комплексное исследование прозрачности процессов государственного управления было опубликовано Чуклиновым А.Е. в 2006 году. Он анализировал открытость финансовых и денежно-кредитных механизмов государственного управления, поэтому определял прозрачность как «превентивный антикоррупционный механизм в процессе осуществления государственной политики» [6]. Кроме этого автор разделяет термины «прозрачность» и «открытость власти». «Открытость подразумевает наличие в системе отношений широких каналов взаимопроникновения для всего спектра социальных, экономических и политических сил», «...открытость носит скорее социально-коммуникативный характер...». «Прозрачность же характеризуется максимально возможной доступностью информации о деятельности управленческого аппарата и формированием жесткого механизма общественного воздействия на сферу государственного администрирования посредством представительских институтов...». «...прозрачность – величина, прежде всего, функциональная, способствующая оптимизации регулятивных процессов в стране» [6]. В своем исследовании автор выделяет механизмы прозрачности, которые подразумевают беспрепятственный доступ различных общественных групп к актуальной и полной информации. Чуклинов А.Е. выделил различные сферы реализации прозрачности в государственном управлении – политический менеджмент, экономика, правоохранительные органы, которые выступают объектами приложения прозрачности госуправления. Автор подчеркивал многоуровневый характер прозрачности и выделил 3 уровня:

«Первый – прозрачность в проведении кадровой политики и распределении системы административных полномочий.

Второй – становление более совершенных бюрократических процедур.

Третий – прозрачность процесса принятия административных решений» [6].

Каждый из уровней требует своего механизма реализации. Такие механизмы прозрачности автор видел в рамках рациональной бюрократии и кадровой политики государства.

Кроме этого Чуклинов А.Е. вводит «индекс прозрачности государственной службы России», который определял как «деятельность приблизительно 26% чиновников которая признается просматриваемой и доступной общественному воздействию» [6].

Количественным показателем прозрачности государственного управления у автора становятся: «Ценовая прозрачность» - регламентация и подконтрольное прохождение ценовой информации. «Фискальная прозрачность» - прозрачность налогообложения и уплаты налогов [6].

Коллектив авторов во главе в Кочетыговой Ю. проводил исследование информационной прозрачности российских компаний в 2005 году. Они отмечают «возрастающее внимание иностранных инвесторов к некоторым элементам раскрытия информации, в частности к прозрачности структуры собственности, дивидендной политике, сделкам с заинтересованными сторонами, детализации доходов и затрат, качеству внутреннего аудита, биографической информации о членах Совета директоров и к порядку работы Совета директоров» [3]. Таким образом, авторы под прозрачностью корпоративного управления понимают *открытость и доступ заинтересованных лиц к корпоративной информации, а также порядок работы с этой информацией.*

Отдельным направлением изучения прозрачности управления организацией стало изучение прозрачности бухгалтерской и финансовой отчетности, проведенной Вахрушиной М.А. В своей работе автор вводит понятие «транспарентность» (от англ. transparency – «прозрачность») которая означает достоверность, ясность и легкопроверяемость сведений о чем-либо; отсутствие секретности [1].

Среди белорусских авторов необходимо выделить работу д.э.н., профессора Высоцкого Олега Арсентьевича «Прозрачное управление в системе обеспечения устойчивого развития предприятия» вышедшую в 2014 году. Исследование посвящено описанию технологий прозрачного управления, с использованием авторских процессов и процедур стратегии устойчивого развития предприятий. Данные технологии прозрачного управления

используют авторские методики: «вектора сил устойчивого развития», «оценки отклонений устойчивого развития от траектории развития» и «оценки скорости устойчивого развития». При этом автор считает, что технология прозрачного управления *«использует характеристики обзора и ожиданий заинтересованных сторон»* [2, с. 5].

Автор отмечает, что в исследования белорусских ученых «...в настоящее время нет показателей, по которым определяются процессы (прозрачного) управления, нет публикаций об элементах, которые включены в технологии прозрачного управления и не раскрыта сама сущность: создание прозрачности в управлении; в анализе и оценке функционирования технологии прозрачного управления; характеристик и показателей, определяющих прозрачное управление предприятием, методов оценки прозрачности управления...» [2, с. 7]. В исследовании делается вывод, что «прозрачность процессов управления позволит удовлетворить потребности и ожидания всех заинтересованных сторон...» [2, с. 21].

Зарубежные авторы уделяют гораздо большее внимание вопросам изучения организационной прозрачности. Эти исследования, зачастую носят прикладной характер, поэтому авторы видят организационную прозрачность в той либо иной форме отношений.

Так отдельное направление прозрачности процессов управления в организации созвучно и соизмеримо отражению информации «как в зеркале». Эта информационная ориентация формирует концепцию прозрачности, как условия, которое делает возможной прозрачность процессов функционирования организации.

Ряд авторов [14, 24] раскрывают аспекты прозрачности как основанные на обмене информацией и исключительно зависящие от более широкого раскрытия информации. Исследования обычно измеряют *«прозрачность как частоту раскрытия информации»* [8, с. 360] и делают вывод, что «таким образом, полная прозрачность потребует полного своевременного раскрытия всей соответствующей информации» [8, с. 362].

Bushman и Smith исследуют прозрачность как степень, в которой организации передают заинтересованным сторонам информацию, связанную с управлением и финансированием [15].

Schnackenberg и Tomlinson подчеркивают, что «информация должна открыто распространяться, чтобы ее можно было считать прозрачной» [51, с. 9]. Такие исследования часто изображают прозрачность как эквивалент раскрытия достоверной информации [54]. Bernardi и LaCross изучают прозрачность, исследуя, как корпорации раскрывают свой кодекс корпоративной этики на своих сайтах [9].

Качество и количество передаваемой информации являются двумя условиями, которые выделяются при исследовании требований, связанных с достижением состояния прозрачности. Ряд авторов приравнивают прозрачность с предоставлением информации [16, 28]. Эта модель имплицитно понимает прозрачность как вопрос линейной передачи информации, в которой отправитель обрабатывает сообщение или набор данных и передает его по заданному каналу получателю, возможно, с обратной связью или ответом [27]. С такой точки зрения прозрачность определяется как *«поток информации, доступной для тех, кто находится за пределами фирмы»* [14, с. 207].

С институциональной точки зрения прозрачность определяется как поток доступной «информации по вопросам, представляющим общественный интерес» [21, с. 414]. Это необходимо, чтобы заинтересованные стороны могли определить области соответствующего информационного контента, подлежащего раскрытию и оценить, соответствует ли раскрытая информация их информационным потребностям [32, 40].

Отдельные направления исследований показывают *связь между наблюдаемостью и прозрачностью* и доказывают это эмпирическими результатами. Bernstein указывает, что прозрачность варьируется в зависимости от степени, в которой организации делают себя заметными для своих заинтересованных лиц (например, частные - закрытые для внешних агентов или открытые формы организации) [10]. Аналогичным образом, исследования международных неправительственных организаций, таких как Transparency International, подчеркивают, что «прозрачность связана с видимостью, предсказуемостью и понятностью» для окружающих [37, с. 459]. Rawlins, Schnackenberg и Tomlinson используют такие показатели, как актуальность, своевременность, понятность и надежность для изучения взаимосвязи между прозрачностью, раскрытием информации и наблюдаемостью [47, 51].

Анализируя *прозрачность макроэкономических и международных отношений*, прозрачность считается идеальным условием для демократических сообществ, поскольку это означает, что граждане могут наблюдать и получать доступ ко всей информации о деятельности государственных институтов - ситуация, которую Fung назвал *«инфотопия»* [33].

Blackburn описывает прозрачность как распространение информации, которая не вызывает изменений в том, что она стремится сделать видимой. Он предполагает, что усилия по обеспечению *прозрачности сводятся к передаче или отражению заранее установленных организационных реалий* [12].

Coombs и Holladay, Kim и Lee утверждают, что состояние полной прозрачности возникает в условиях полного и понятного раскрытия

информации, что позволяет заинтересованным сторонам выявить очевидные организационные истины [19, 41].

Ряд исследований поддерживает двойственность между «полной» или «истинной» прозрачностью и «преднамеренной секретностью». Например, в отношениях с общественностью прозрачность обычно определяется как «просто противоположность секретности» [19, с. 217; 28, с. 13].

Lamming отмечает различную степень прозрачности - «вместо полной прозрачности отношения могут быть полупрозрачными в некоторых аспектах, поскольку информация может передаваться только частично или быть непрозрачной, а также информация вообще может не передаваться» [42, с. 7].

Такие предположения об эффективности и действенности прозрачности часто основаны на логике теории «Принципал-Агент», согласно которой люди, за которыми наблюдают, обычно ведут себя лучше, а отсутствие у принципала механизмов наблюдения создает предпосылки для оппортунистического поведения агента. Например, Heald определил следующие четыре направления прозрачности: «прозрачность сверху», когда субъект в иерархической структуре может наблюдать за поведением и результатами подчиненных агентов; «прозрачность снизу», когда агенты могут наблюдать за поведением принципалов; «прозрачность наружу», когда агенты могут наблюдать за тем, что происходит «вне» организации; и «прозрачность внутрь», когда те, кто находится за пределами организации, могут наблюдать за тем, что происходит внутри [38]. Эта ситуация подразумевает полную симметрию информации, если в отношениях каждой стороны раскрыты равные объемы информации. Исследование Holmström, изучающее прозрачность с этой точки зрения, фокусируются на подотчетности и государственном секторе, обычно представляя концепцию правительства как агента и электората как принципала [39]. Помимо эффективности и результативности, доверие является еще одним следствием прозрачности.

Christensen и Langer вводят категорию государственной стратегии прозрачности - это попытка внушить населению доверие государственным институтам [16].

Связь прозрачности и корпоративного поведения изучали Neves и Vassago, в деловой этике прозрачность определяется как информационный механизм, необходимый для доверия, справедливости и осторожности [23].

В таких областях, как корпоративная социальная ответственность, прозрачность преимущественно реализуется в форме процессов раскрытия стратегической информации, которые создают организационную легитимность и успешно устраняют коррупцию и низкий уровень морального сознания работников [19].

Ряд авторов считают, что прозрачность подразумевает выход за пределы видимости и «доступ к подлинной реальности, которая считается уже существующей и независимой от представлений, созданных с целью ее прозрачности» [18, 53].

Ряд исследований прозрачности [31, 49] определяет прозрачность как сложные коммуникативные, организационные и социальные процессы, создающие напряженность в переговорах, и в значительной степени сводящие на нет положительные эффекты раскрытия информации. Это предполагает, что проекты реализации прозрачности могут иметь непредвиденные последствия и стать определяющей силой при изменении формы отношений объектов.

Понимание *прозрачности как социального процесса* подразумевает необходимость включения большого количества символических и рутинных практик (например, посредничество, идеологические мотивы, борьба за власть и переговоры, технические устройства, алгоритмы и индексы и т.д.) в определении прозрачности, а не только концентрация на передаче информации [29].

Такое понимание прозрачности как вопроса коммуникации и посредничества дает ценную отправную точку для разного понимания того, что происходит, когда организации раскрывают информацию. С этой точки зрения прозрачность - это процесс, который включает в себя следующие компоненты: субъекты, вовлеченные в мотивированные интерпретации и акты прозрачности [7]; материальные объекты в работе над проектами прозрачности, которые активно управляют получающейся видимостью [31, 49]; и настройки, которые являются объектом реализации механизма прозрачности, например, транснациональные корпорации или виртуальные сетевые организации [34].

Исследование Garsten & de Montoya, основанное на таких идеях, определяет прозрачность как социальный процесс, формирующий новые отношения, восприятие и явления благодаря тому, что они являются «совокупностью нормативов, которые побуждают участников реагировать определенным образом» [34, с. 82]. Эти процессные подходы основаны на взглядах из бухгалтерского учета [46], социологии [52] и других дисциплин, исследующих вопросы о видимости, прозрачности и социальных изменениях [13, 34]. Основное допущение в этих исследованиях заключается в том, что прозрачность «воздействует на субъекты способами, которые часто непродуктивны или намного превосходят пассивный процесс простого «действия видимым» [50, с. 958]. Другими словами, в этих исследованиях подчеркивается, что теоретизирование прозрачности как потока обширной и своевременной информации слишком упрощено и может дать лишь частичное понимание этого явления.

Тесная связь между прозрачностью и различными практиками видимости может рассматриваться как набор (не) благоприятных условий, исследуемых рядом авторов, которые вводят шкалы степени открытости - открытостью, закрытием, темнотой и непрозрачностью [11, 30].

Fenster изучает различие между прозрачностью (как положительной) и секретностью (как отрицательной) величиной, показывая, что как в организационной, так и в нормативной среде эти два понятия часто запутываются. Даже когда организация заявляет о своей прозрачности или, если правительство реализует законы о свободе информации, такие усилия по обеспечению прозрачности проявляются в связи с потребностями в секретности (например, инновационных проектах) или в институциональных системах, гарантирующих, что важные государственные секреты не разглашаются. (т.е. в вопросах безопасности). Тем самым объясняется сосуществование прозрачности и секретности путем изучения политического характера информационного контроля и необходимости осуществления режима секретности [26]. Парадоксальная связь между прозрачностью и секретностью также изучается как сложная сеть негласных знаний о том, как должны вести себя люди в конкретных типах организаций, и о конкретных вещах, которые необходимо знать, чтобы сделать такое поведение возможным [20].

Некоторые исследования прозрачности [49, 19] фокусируются на неопределенностях, парадоксах и неожиданных или отрицательных последствиях, которые приносятся проектами повышения прозрачности в организациях. В этих исследованиях подчеркивается сложность осмысления и формирования коммуникации и утверждается, что обеспечение доступности информации может также подорвать доверие, например, если акты прозрачности не соответствуют нормам, необходимым для успешных коммуникативных действий и, следовательно, сами порождают недоверие [45].

Прозрачность формализуется как процесс, который «делает что-то для того, что наблюдается, отслеживается и становится понятным» [35, с. 284], и часто используется для продвижения определенных идеологических или политических проектов. В результате автор указывает на то, что метафора проливания света является грубым упрощением сложного труда, связанного с «изготовлением» прозрачности [50].

Mulgan ставит под сомнение подходы, ориентированные на информацию, в которых методы обеспечения прозрачности рассматриваются в качестве окончательных механизмов обеспечения подотчетности [43] и формирования лучшего организационного поведения [25], поскольку они устраняют секретность [22].

С точки зрения ориентированной на процессы прозрачность имеет потенциально негативные последствия, поскольку включает активные процессы перевода, посредничества и медиации, в которых субъекты (люди) вместе с объектами и настройками (технологиями, индексами и т. д.) запутываются и создают конкретные конфигурации прозрачности и решениях о том, что следует и чего не следует видеть [31].

На необходимость поддержания высокого уровня прозрачности отношений в цепях поставок указывает Steve, он отмечает что она приносит пользу как менеджерам, так и потребителям, при этом механизмом осуществления прозрачности является широкое применение в логистической деятельности радиометок на грузах, доступные для потребителей онлайн базы данных продуктов и веб-ориентированный выбор операций по поставке [44].

Как видно из произведенного анализа, категория организационной прозрачности является многогранной, а ее применение в различных областях научного анализа лишь увеличило вариативность определений и концепций. Многими зарубежными авторами делалась попытка классификации и категоризации подходов к организационной прозрачности [7, 16, 27]. Эти исследования описывают, структурируют и объясняют процессы прозрачности исходя из степени и уровня объекта отношений, выделяя частные и общественные интересы, из чего вытекают два обстоятельства. Первое, это неоднозначное представление о прозрачности как о благе с положительной полезностью, которое в определенных условиях несет участнику вред и требует соразмерного ограничения. Второе, это тезис о двойственности в представлении о (не) возможности одновременного сосуществования прозрачности и секретности в социально-экономических отношениях двух сторон.

Авторами выделяется информационный феномен прозрачности, связанный с информацией и степенью ее открытости и секретности как образующих свойства прозрачности [1, 3, 6, 9, 22].

Ряд авторов [7, 29, 31, 49] выделяют прозрачность как социальный процесс и отмечают мотивирующую сторону заинтересованности субъекта отношений в их прозрачности. Такая мотивация реализуется в выигрыше либо проигрыше участника от повышения, либо сокращения степени прозрачности.

Остается не ясным вопрос о том сознательно ли участники отношений влияют на степень их прозрачности, или ограничение прозрачности отношений – это результат несовершенства модели отношений – например потеря прозрачности в результате ошибки при передаче информации из одной формы в другую, или при переводе из одного языка в другой. В первом случае возможен оппортунизм участника этих отношений, который сознательно манипулирует

прозрачністю і извлекает из этого выигрыш, а во втором возникают суммарные потери всех от несовершенства механизма их взаимодействия.

На основании представленного анализ попытаемся сделать обратную оценку прозрачности. Если представлять прозрачность как степень не искажения реальности после прохождения через транзакции социально-экономических отношений (или организационные структуры управления, отношения в цепях поставок и других сетевых формах фирм). То выходит, что существуют факторы, которые и делают такие отношения непрозрачными. Приведенный анализ выявил, что такими факторами являются:

1. Информационная асимметрия;
2. Оппортунистическое поведение участников отношений;
3. Несовершенство механизмов передачи реальности.

Возникает вопрос, для чего участникам социально-экономических отношений понижать либо повышать их степень прозрачности? С точки зрения представления об экономическом агенте, как о рационально-мотивированном индивидууме, такой выигрыш – это перераспределение между участниками экстерналий (положительных и отрицательных внешних эффектов). Когда участник социально-экономических отношений, воздействуя на факторы, искажающие реальность, таким образом усиливает либо снижает прозрачность данных транзакций.

Суммируя все, указанное выше, можно предложить следующее универсальное определение прозрачности социально-экономических отношений (под которыми понимаются все доступные формы, связанные с управлением социально-экономическими системами, фирмой, цепью поставок, сетевой организационной структурой, управлением государством):

Прозрачность социально-экономических отношений – это степень (величина) реальности, которая осталась неискаженной после прохождения через все транзакции исследуемых отношений. Искажение реальности в проводимых транзакциях реализуется через 3 фактора – несовершенство механизмов передачи реальности, оппортунистическое поведение участников транзакции, информационная асимметрия, а результатом этого искажения будут положительные или отрицательные экстерналии хотя бы одного из участников.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Такое определение видится более универсальным, и имеющим прикладную направленность – возможность количественного измерения, сравнения и прогнозирования. Возможность оценки прозрачности в любых социально-экономических транзакциях позволит выявить умышленное или случайное искажение объектом окружающей реальности. Позволит оценить выгода или потери от

перераспределения экстерналий, появившихся в следствие данного искажения, снизить неопределенность и риски принятия решений, что в свою очередь повысит эффективность использования ресурсов и функционирования организаций, сетевых форм и общества.

Список использованной литературы

1. Вахрушина М.А. К вопросу о прозрачности финансовой отчетности / М.А. Вахрушина // Корпоративная финансовая отчетность. Международные стандарты. – 2013. – №6 (74). – С. 25-33.
2. Высоцкий О.А. Прозрачное управление в системе обеспечения устойчивого развития предприятия / О.А. Высоцкий. - Минск: Право и экономика, 2014. – 54 с.
3. Кочетыгова Ю. Исследование информационной прозрачности российских компаний в 2005 году: прогресс продолжается, но в основном за счет менее прозрачных компаний / Ю. Кочетыгова // Акционерное общество: вопросы корпоративного управления. – 2006. – Т. 2. – №. 21. – С. 29-36
4. Росс Эшби У. Введение в кибернетику / У. Росс Эшби. - Издательство иностранной литературы, 1959. - 432 с.
5. Ростова Н. Прозрачное управление / Н. Ростова // Консультант. – 2005. - № 1. - С. 26-28.
6. Чуклинов А.Е. «Прозрачная» государственная политика: некоторые проблемы теории и практики / А.Е. Чуклинов // Вестник РУДН. Серия: Политология. - 2006. - №8 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/prozrachnaya-gosudarstvennaya-politika-nekotorye-problemy-teorii-i-praktiki>
7. Albu O. Organizational Transparency: Conceptualizations, Conditions, and Consequences / O. Albu, M. Flyverbom // Business & Society. – 2016. – vol. 58.
8. Corporate governance and optimal transparency / T. Berglund. In J. Forssbaeck & L. Oxelheim (Eds.), The Oxford handbook of economic and institutional transparency. - Oxford: Oxford University Press, 2016. - P. 359- 371.
9. Bernardi R. Corporate transparency: Code of ethics disclosures / R. Bernardi, C. LaCross // CPA Journal. - 2005. – vol. 75(4). - P. 34-37.
10. Bernstein E.S. Making Transparency Transparent: The Evolution of Observation in Management Theory / E.S. Bernstein // Academy of Management Annals. – 2017. -11(1). – P. 217–266.
11. Birchall C. Introduction to “secrecy and transparency”: The politics of opacity and openness / C. Birchall // Theory, Culture & Society. – 2011. – vol. 28(7/8). – P. 7-25.

12. Blackburn P.L. The code model of communication: A powerful metaphor in linguistic metatheory / P.L. Blackburn. - Dallas, TX: SIL e-Books International, 2007.
13. Brighenti A.M. Visibility in social theory and social research / A.M. Brighenti. - New York, NY: Palgrave Macmillan, 2010.
14. Bushman R. Financial accounting information, organizational complexity and corporate governance systems / R. Bushman, Q. Chen, E. Engel, A. Smith // *Journal of Accounting and Economics*. - 2004. – vol. 37. - P.167-201.
15. Bushman R. Transparency, financial accounting information, and corporate governance / R. Bushman, A.J. Smith // *Economic Policy Review*. - 2003. – vol. 9(1). – P. 65-87.
16. Christensen L.T. Peering into transparency: Challenging ideals, proxies, and organizational practices / L.T. Christensen, G. Cheney // *Communication Theory*. - 2015. – vol. 25. – P. 70-90.
17. Christensen L.T. CSR as aspirational talk / L.T. Christensen, M. Morsing, O. Thyssen // *Organization*. - 2013. – vol. 20. – P. 372-393.
18. Coen D. Lobbying the European Union: Institutions, actors, and issues / D. Coen, J. Richardson (Eds.). - Oxford: Oxford University Press, 2011.
19. Coombs T.W. The pseudo-panopticon: The illusion created by CSR-related transparency and the Internet / T.W. Coombs, S.J. Holladay // *Corporate Communications: An International Journal*. - 2013. – vol. 18. P. 212-227.
20. Costas J. Bringing secrecy into the open: Towards a theorization of the social processes of organizational secrecy / J. Costas, C. Grey // *Organization Studies*. – 2014. - vol. 35. – P. 1423-1447.
21. Cotterrell R. Transparency, mass media, ideology and community / R. Cotterrell // *Journal for Cultural Research*. - 1999. – vol.3. – P. 414-426.
22. Crowley P.J. The rise of transparency and the decline of secrecy in the age of global and social media / P.J. Crowley // *Penn State Journal of Law & International Affairs*. – 2012. – vol.1. – P. 241-255.
23. das Neves J.C. Corporate transparency: A perspective from Thomas Aquinas' *Summa Theologiae* / J.C. das Neves, A. Vaccaro // *Journal of Business Ethics*. - 2013. – vol. 113. – P. 639-648.
24. Eijffinger S.C.W. How transparent are central banks? / S.C.W. Eijffinger, P.M. Geraats // *European Journal of Political Economy*. – 2006. – vol. 22(1). – P. 1-21.
25. Erkkilä T. Government transparency: Impacts and unintended consequences / T. Erkkilä. - New York, NY: Palgrave Macmillan, 2012.
26. Fenster M. The opacity of transparency / M. Fenster // *Iowa Law Review*. - 2006. – vol. 91. - P. 885-949.

27. Fenster M. Transparency in search of a theory / M. Fenster // *European Journal of Social Theory*. - 2015. - vol. 18. –P. 150-167.
28. Florini A. The right to know: Transparency for an open world / A. Florini (Ed.). - New York, NY: Columbia University Press, 2007.
29. Flyverbom M. Sunlight in cyberspace? On transparency as a form of ordering / M. Flyverbom // *European Journal of Social Theory*. – 2015. – vol. 18. – P. 168-184.
30. Flyverbom M. Transparency: Mediation and the management of visibilities / M. Flyverbom // *International Journal of Communication*. - 2016. – vol. 10. – P. 110-122.
31. Flyverbom M. The management of visibilities in the digital age / M. Flyverbom, P. Leonardi, C. Stohl, M. Stohl // *International Journal of Communication*. - 2016. – vol. 10. –P. 98-109.
32. Fombrun C.J. The road to transparency: Reputation management at Royal Dutch/Shell / C.J. Fombrun, V.P. Rindova. In M. Schultz, M.J. Hatch, M.H. Larsen (Eds.) // *The expressive organization: Linking identity, reputation, and the corporate brand*. - Oxford: Oxford University Press, 2000. - pp. 77-96.
33. Fung A. Infotopia: Unleashing the democratic power of transparency / A. Fung // *Politics & Society*. - 2013. – vol. 41. - P. 183-212.
34. Garsten C. Transparency in a new global order: Unveiling organizational visions / C. Garsten, L. de Montoya (Eds.). - Cheltenham: Edward Elgar, 2008.
35. Garsten C. In retrospect: The play of shadows / C. Garsten, L. de Montoya. (Eds.). In: *Transparency in a new global order*. - Cheltenham: Edward Elgar, 2008. - pp. 283- 291.
36. Gray S.J. Accounting transparency and international standard-setting / S.J. Gray, H. Kang. In J. Forssbaeck & L. Oxelheim (Eds.), *The Oxford handbook of economic and institutional transparency*. - Oxford: Oxford University Press, 2014. - pp. 456-476.
37. Heald D. Varieties of transparency. In C. Hood & D. Heald (Eds.), *Transparency: The key to better governance?* - Oxford: Oxford University Press, 2006. - pp. 25-43.
38. Holmström B. Managerial incentive problems: A dynamic perspective / B. Holmström // *Review of Economic Studies*. – 1999. – vol. 66(1). – P. 169-182.
39. Jahansoozi J. Organization-stakeholder relationships: Exploring trust and transparency / J. Jahansoozi // *Journal of Management Development*. – 2006. vol. 25. – P. 942-955.
40. Kim S. E-Participation, transparency, and trust in local government / S. Kim, J. Lee // *Public Administration Review*. – 2012. – vol. 72. - P. 819-828.

41. Lamming R.C. Transparency in supply relationships: Concept and practice / R.C. Lamming, N.D. Caldwell, D.A. Harrison, W. Phillips // *Journal of Supply Chain Management*. - 2001. – vol. 37(4). - P. 4-10.
42. Mulgan R. Accountability: An ever-expanding concept? / R. Mulgan // *Public Administration*. – 2000. – vol. 78. – P. 555-573.
43. New S. The Transparent Supply Chain / S. New // *Harvard Business Review*. - 2010. – vol. 88. - P. 1-5.
44. O’Neill O. Transparency and the ethics of communication / O. O’Neill. In C. Hood & D. Heald (Eds.), *Transparency: The key to better governance?* - Oxford: Oxford University Press, 2006. - pp. 75-90.
45. Power M. *The risk management of everything* / M. Power. - London: Demos Press, 2004.
46. Rawlins B. Give the emperor a mirror: Toward developing a stakeholder measurement of organizational transparency / B. Rawlins // *Journal of Public Relations Research*. - 2009. – vol. 21. – P. 71-99.
47. Roberts A. *Blacked out: Government secrecy in the information age* / A. Roberts. - Cambridge: Cambridge University Press, 2006.
48. Roberts A. WikiLeaks: The illusion of transparency / A. Roberts // *International Review of Administrative Sciences*. – 2012. – vol. 78. – P. 116-133.
49. Roberts J. No one is perfect: The limits of transparency and an ethic for “intelligent” accountability / J. Roberts // *Accounting, Organizations & Society*. - 2009. – vol. 34. – P. 957-970.
50. Schnackenberg A. Organizational transparency: A new perspective on managing trust in organization-stakeholder relationships / A. Schnackenberg, E. Tomlinson // *Journal of Management*. Advance online publication. - 2014.
51. Strathern M. *Audit cultures: Anthropological studies in accountability, ethics, and the academy* / M. Strathern. - London, England: Routledge, 2000.
52. Tapscott D. *The naked corporation: How the age of transparency will revolutionize business* / D. Tapscott, D. Ticoll. - New York: The Free Press, 2003.
53. Wehmeier S. Transparency matters: The concept of organizational transparency in the academic discourse / S. Wehmeier, O. Raaz // *Public Relations Inquiry*. - 2012. – vol. 1. – P. 337-366.

References

1. Vakhrushina, M. (2013). *K voprosu o transparentnosti fyansovoi otchetnosti* [On the issue of transparency of financial statements]. *Korporativnaia fyansovaia otchetnost. Mezhdunarodnye standarty*. 6 (74), pp. 25 - 33.
2. Vysotsky, O. (2014). *Prozrachnoe upravlenye v systeme obespecheniya ustoichyvoho razvytiya predpriyatiya* [Transparent management in the system of ensuring sustainable development of an enterprise]. Minsk: Law and Economics.

3. Kochetigova, Yu. et al. (2006). *Yssledovanye ynformatsyonnoi prozrachnosti rossyiskykh kompanyi v 2005 godu: prohress prodolzhaetsia, no v osnovnom za schet menee prozrachnykh kompanyi* [Information transparency research of Russian companies in 2005: progress continues, but mainly due to less transparent companies]. *Aktsyonernoe obshchestvo: voprosy korporativnoho upravleniya*. 2 (21), pp. 29-36.
4. Ross Ashby, W. (1959). *Vvedeniye v kybernetyku* [Introduction to Cybernetics], Moscow: Yzdatelstvo ynostrannoi lyteratury.
5. Rostova, N. (2005). *Prozrachnoe upravleniye* [Transparent management]. *Konsultant*, 1, pp. 26-28.
6. Chuklinov, A. (2006). «Prozrachnaia» hosudarstvennaia polytyka: nekotorye problemy teoryy y praktyky [“Transparent” state policy: some problems of theory and practice]. *Vestnyk RUDN. Seryia: Polytolohiya*, 8.
7. Albu, O. & Flyverbom, M. (2016). Organizational Transparency: Conceptualizations, Conditions, and Consequences. *Business & Society*, 58.
8. Berglund, T. (2014). Corporate governance and optimal transparency. In J. Forssbaeck & L. Oxelheim (Eds.), *The Oxford handbook of economic and institutional transparency*. Oxford, UK: Oxford University Press, pp. 359- 371.
9. Bernardi, R., & LaCross, C. (2005). Corporate transparency: Code of ethics disclosures. *CPA Journal*, 75(4), pp. 34-37.
10. Bernstein, E. (2017). Making Transparency Transparent: The Evolution of Observation in Management Theory. *Academy of Management Annals*, 11(1), pp. 217–266.
11. Birchall, C. (2011). Introduction to “secrecy and transparency”: The politics of opacity and openness. *Theory, Culture & Society*, 28(7/8), pp. 7-25.
12. Blackburn, P. (2007). *The code model of communication: A powerful metaphor in linguistic metatheory*. Dallas, TX: SIL e-Books International.
13. Brighenti, A. (2010). *Visibility in social theory and social research*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
14. Bushman, R., Chen, Q., Engel, E., & Smith, A. (2004). Financial accounting information, organizational complexity and corporate governance systems. *Journal of Accounting and Economics*, 37, pp. 167-201.
15. Bushman, R., & Smith, A. (2003). Transparency, financial accounting information, and corporate governance. *Economic Policy Review*, 9(1), pp. 65-87.
16. Christensen, L. T., & Cheney, G. (2015). Peering into transparency: Challenging ideals, proxies, and organizational practices. *Communication Theory*, 25, pp. 70-90.
17. Christensen, L., Morsing, M., & Thyssen, O. (2013). CSR as aspirational talk. *Organization*, 20, pp. 372-393.

18. Coen, D., & Richardson, J. (Eds.). (2011). *Lobbying the European Union: Institutions, actors, and issues*. Oxford, UK: Oxford University Press.
19. Coombs, T., & Holladay, S. (2013). The pseudo-panopticon: The illusion created by CSR-related transparency and the Internet. *Corporate Communications: An International Journal*, 18, pp. 212-227.
20. Costas, J., & Grey, C. (2014). Bringing secrecy into the open: Towards a theorization of the social processes of organizational secrecy. *Organization Studies*, 35, pp. 1423-1447.
21. Cotterrell, R. (1999). Transparency, mass media, ideology and community. *Journal for Cultural Research*, 3, pp. 414-426.
22. Crowley, P. (2012). The rise of transparency and the decline of secrecy in the age of global and social media. *Penn State Journal of Law & International Affairs*, 1, pp. 241-255.
23. das Neves, J., & Vaccaro, A. (2013). Corporate transparency: A perspective from Thomas Aquinas' Summa Theologiae. *Journal of Business Ethics*, 113, pp. 639-648.
24. Eijffinger, S., & Geraats, P. (2006). How transparent are central banks? *European Journal of Political Economy*, 22(1), pp. 1-21.
25. Erkkilä, T. (2012). *Government transparency: Impacts and unintended consequences*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
26. Fenster, M. (2006). The opacity of transparency. *Iowa Law Review*, 91, pp. 885-949.
27. Fenster, M. (2015). Transparency in search of a theory. *European Journal of Social Theory*, 18, pp. 150-167.
28. Florini, A. (Ed.). (2007). *The right to know: Transparency for an open world*. New York, NY: Columbia University Press.
29. Flyverbom, M. (2015). Sunlight in cyberspace? On transparency as a form of ordering. *European Journal of Social Theory*, 18, pp. 168-184.
30. Flyverbom, M. (2016). Transparency: Mediation and the management of visibilities. *International Journal of Communication*, 10, pp. 110-122.
31. Flyverbom, M., Leonardi, P., Stohl, C., & Stohl, M. (2016). The management of visibilities in the digital age. *International Journal of Communication*, 10, pp. 98-109.
32. Fombrun, C., & Rindova, V. (2000). The road to transparency: Reputation management at Royal Dutch/Shell. In M. Schultz, M. J. Hatch, & M. H. Larsen (Eds.), *The expressive organization: Linking identity, reputation, and the corporate brand*. Oxford, UK: Oxford University Press, pp. 77-96
33. Fung, A. (2013). Infotopia: Unleashing the democratic power of transparency. *Politics & Society*, 41, pp. 183-212.

34. Garsten, C., & de Montoya, L. (Eds.). (2008). *Transparency in a new global order: Unveiling organizational visions*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
35. Garsten, C., & de Montoya, L. (2008). In retrospect: The play of shadows. In: C. Garsten & L. de Montoya (Eds.), *Transparency in a new global order*. Cheltenham, UK: Edward Elgar, pp. 283-291.
36. Gray, S. & Kang, H. (2014). Accounting transparency and international standard-setting. In: J. Forssbaeck & L. Oxelheim (Eds.), *The Oxford handbook of economic and institutional transparency*. Oxford, UK: Oxford University Press, pp. 456-476.
37. Heald, D. (2006). Varieties of transparency. In: C. Hood & D. Heald (Eds.), *Transparency: The key to better governance?* Oxford, UK: Oxford University Press, pp. 25-43
38. Holmström, B. (1999). Managerial incentive problems: A dynamic perspective. *Review of Economic Studies*, 66(1), pp. 169-182.
39. Jahansoozi, J. (2006). Organization-stakeholder relationships: Exploring trust and transparency. *Journal of Management Development*, 25, pp. 942-955.
40. Kim, S., & Lee, J. (2012). E-Participation, transparency, and trust in local government. *Public Administration Review*, 72, pp. 819-828.
41. Lamming, R., Caldwell, N., Harrison, D., & Phillips, W. (2001). Transparency in supply relationships: Concept and practice. *Journal of Supply Chain Management*, 37(4), pp. 4-10.
42. Mulgan, R. (2000). Accountability: An ever-expanding concept? *Public Administration*, 78, pp. 555-573.
43. New, S. (2010) The Transparent Supply Chain. *Harvard Business Review*, 88. pp. 1-5.
44. O'Neill, O. (2006). Transparency and the ethics of communication. In: C. Hood & D. Heald (Eds.), *Transparency: The key to better governance?* Oxford, UK: Oxford University Press, pp. 75-90
45. Power, M. (2004). *The risk management of everything*. London, UK: Demos Press.
46. Rawlins, B. (2009). Give the emperor a mirror: Toward developing a stakeholder measurement of organizational transparency. *Journal of Public Relations Research*, 21, pp. 71-99.
47. Roberts, A. (2006). *Blacked out: Government secrecy in the information age*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
48. Roberts, A. (2012). WikiLeaks: The illusion of transparency. *International Review of Administrative Sciences*, 78, pp. 116-133.

49. Roberts, J. (2009). No one is perfect: The limits of transparency and an ethic for “intelligent” accountability. *Accounting, Organizations & Society*, 34, pp. 957-970.

50. Schnackenberg, A., & Tomlinson, E. (2014). Organizational transparency: A new perspective on managing trust in organization-stakeholder relationships. *Journal of Management*. Advance online publication.

51. Strathern, M. (2000). *Audit cultures: Anthropological studies in accountability, ethics, and the academy*. London, England: Routledge.

52. Tapscott, D., & Ticoll, D. (2003). *The naked corporation: How the age of transparency will revolutionize business*. New York, NY: The Free Press.

53. Wehmeier, S., & Raaz, O. (2012). Transparency matters: The concept of organizational transparency in the academic discourse. *Public Relations Inquiry*, 1, pp. 337-366.

Омельянюк О.М., к.е.н., доцент, Брестський державний технічний університет, Білорусь

Використання категорії «прозорість» в оцінці соціально-економічних відносин

Дана стаття описує проведене дослідження наукових літературних джерел з метою виявлення загальних і особливих характеристик категорії «прозорість» в соціально-економічних відносинах. Виявлено, що, незважаючи на безліч визначень і підходів, сфер застосування категорії «прозорість» є дві групи її розуміння. Перша проектує прозорість як форму візуалізації інформації, або навпаки її приховування, роблячи невидимим окремі відомості. І друга - це прозорість як інструмент оцінки ступеня точності передачі інформації, яка може знижуватися від відправника до одержувача залежно від вибору каналу передачі, особливості формулювання інформації, точності перекладу з одного каналу або мови на іншу, «шуму на лінії». Аналіз різних підходів до визначення прозорості дозволив сформулювати авторське визначення, яке виражає прозорість як ступінь, в якій організації, економічної системи або мережевий форми відображають навколишню реальність з (без) певним рівнем її спотворення. Таке спотворення викликається трьома видами факторів: 1. Інформаційна асиметрія; 2. Опортуністична поведінку учасників відносин; 3. Недосконалість механізмів передачі реальності. Такий підхід до визначення прозорості дозволяє кількісно вимірювати ступінь спотворення, а також величину виграшу від перерозподілу екстерналій, викликаних даними спотворенням.

Ключові слова: «Прозорість», соціально-економічні відносини, процеси управління, інституціоналізм, інформація, ефективність управління.

Amelyaniuk A., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Brest State Technical University, Belarus

Use of the transparency category in the assessment of socio-economic relations

This article describes a study of scientific literary sources in order to identify general and special characteristics of the category of "transparency" in socio-economic relations. It is revealed that, despite the many definitions and approaches, the application areas of the category "transparency" there are two groups of its presentation. The first projects transparency as a form of visualization of information, or vice versa of concealment, making certain information invisible. And the second one is transparency as a tool for assessing the degree of accuracy of information transfer, which can decrease from sender to receiver depending on the choice of transmission channel, features of information formulation, accuracy of translation from one channel or language to another, “noise on the line”. An analysis of various approaches to the definition of transparency

allowed us to formulate an author's definition, which expresses transparency as the degree to which organizations, economic systems or network forms reflect the surrounding reality with (without) a certain degree of distortion. Such distortion is caused by three kinds of factors: 1. Information asymmetry; 2. Opportunistic behavior of participants in relations; 3. Imperfection of the mechanisms of transmission of reality. This approach to the determination of transparency allows us to quantitatively measure the degree of distortion, as well as the magnitude of the gain from the redistribution of externalities caused by this distortion.

Key words: “Transparency”, socio-economic relations, management processes, institutionalism, information, management effectiveness.

Рекомендована до публікації 28.11.2019 р.

Надійшла до редакції 15.10.2019 р.