

УДК 330.1

doi: 10.20310/1819-8813-2016-11-6-10-19

ТРАСПАРЕНТНОСТЬ РОССИЙСКОГО БИЗНЕСА КАК ХАРАКТЕРИСТИКА ЕГО РАЗВИТИЯ

ГОЛУШКО ТАТЬЯНА КОНСТАНТИНОВНА

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Тамбовский филиал,
г. Тамбов, Российская Федерация, e-mail: tat-golushko@mail.ru

ГОРБУНОВА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА

ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный университет имени Г. Р. Державина»,
г. Тамбов, Российская Федерация, e-mail: oon26@mail.ru

В статье рассмотрены особенности понятия «транспарентность» как наличия открытой информации, касающейся результатов производственной и финансовой деятельности предприятия, а также вопросов корпоративного управления и его специфики в аспекте современной стадии развития экономики. В работе также проанализированы компоненты транспарентности (финансовая, правовая, технологическая, управленческая и социальная открытость), изучены ее преимущества (равенство всех участников бизнес-процесса, активизация сотрудничества с другими компаниями, наличие обратной связи между бизнес-структурой и конкретным ее представителем, возможности индивидуального профессионального роста и личностного комфорта) и недостатки (незащищенность перед постоянным вмешательством в дела предприятия и более жестким контролем со стороны инвесторов, государства и клиентов; уязвимость перед конкурентами, как в технологическом, так и в коммерческих аспектах; увеличением расходов на разработку совершенно иной концепции развития предприятия с учетом изменяющихся требований к ведению бизнеса) с учетом специфики российского менталитета. Кроме того, в работе приводятся результаты опроса представителей бизнес-структур Тамбовской области, касающегося проблем транспарентности бизнеса на региональном уровне, а именно их мнения по вопросам уровня прозрачности ведения бизнеса в России; доводов «за» и «против» прозрачного бизнеса; обстоятельств, влияющих на сокрытие предоставляемой информации; распределения по степени открытости и содержанию информации для инвесторов, клиентов и контролирурующих органов и др. Предложены меры по стабилизации создавшейся ситуации: снижение налоговой нагрузки, уменьшение арендной платы и минимизация административных барьеров, банковские стимулы (доступность кредитования со стороны регулятора) и др.

Ключевые слова: транспарентность, бизнес-структура, открытость бизнеса

Понятие транспарентности (информационной открытости) не является принципиально новым ни для теории информации, ни для сферы экономики и бизнеса, и может быть воспринято как некое само собой разумеющееся явление, связанное с созданием такой среды, где «информация о существующих условиях, решениях и действиях агента доступна, видна и понятна участникам рынка» [1]. В самом деле, развитие современного общества, вышедшего на стадию информационной цивилизации, уже немыслимо без динамичного оперирования колоссальными объемами информации, а в бизнес-среде, где обмен информацией является базисом всех экономических процессов, а информатизация и глобальные информационные сети серьезным образом меняют все звенья цепи от производства к потреблению, транспарентность переходит в разряд необходимых условий конку-

рентоспособности предприятия [2]. Кроме того, само информационное пространство как некая субстанция, существующая всегда и везде, не может быть ничем ограничено, поэтому понятие «информационная открытость» воспринимается, в определенной степени, тавтологично и безусловно.

В отличие от других дефиниций, «транспарентность» практически не вызывает споров по поводу его семантического наполнения и подразумевает, прежде всего, наличие открытой информации, касающейся результатов производственной и финансовой деятельности предприятия, а также вопросов корпоративного управления [3; 4; 5 и др.]. В большинстве своем авторы отмечают также комплексный характер анализируемого понятия и выделяют в его составе «финансовую, правовую, технологическую, управленческую и социальную открытость» [6].

Под финансовой открытостью понимают прозрачность финансовой отчетности, которая не только дает полное представление о хозяйственном положении бизнес-структуры, но и позволяет произвести оценку его состояния по общепринятым, российским или международным критериям и показателям [7; 8]. Управленческая открытость подразумевает равенство всех участников бизнес-процесса в доступе к соответствующей информации и их содействие в процессе принятия управленческого решения в сочетании с второстепенной ролью государства, заключающейся лишь в установлении общих правил для всех участников рынка.

Особое значение, на наш взгляд, имеет технологическая прозрачность (интероперабельность) бизнес-структуры, предполагающая открытый формат производства и прозрачность процессов разработки новейших технологических решений, способствующие активизации сотрудничества с другими компаниями и поиску инновационных бизнес-идей. В свою очередь, социальная прозрачность направлена на такое ведение бизнеса, при котором налажена обратная связь между бизнес-структурой и конкретным ее представителем, а также разработаны и доступны все условия для индивидуального профессионального роста и личного комфорта [9].

Очевидно, что для четкого функционирования любого предприятия, и не только предприятия бизнеса, для реализации финансовой, технологической, корпоративной открытости, необходимо придерживаться принципов правовой открытости, связанной с соблюдением всех юридических норм и правил, с документальным отображением взаимодействия бизнеса с клиентами и сотрудниками, представителями госструктур, власти, СМИ и т. д.

Однако, несмотря на все преимущества информационной прозрачности бизнеса, она может восприниматься и как естественная составляющая, объективная необходимость современного рынка, способствующая конкурентоспособности, и как угроза стабильности предприятия, связанная с определенными рисками, а именно:

- незащищенностью перед постоянным вмешательством в дела предприятия и более жестким контролем со стороны инвесторов, государства и клиентов;
- уязвимостью перед конкурентами, как в технологическом, так и в коммерческих аспектах (нарушение коммерческой тайны);
- увеличением расходов на разработку совершенно иной концепции развития предприятия с учетом изменяющихся требований к ведению бизнеса.

Все это, в конечном счете, может привести к значительному снижению прибыли, а, следовательно, вполне понятно отсутствие желания руководителей вводить вышеуказанные нововведения, тем более, что помимо объективных негативных причин транспарентности бизнеса, свойственных общемировой экономической практике, следует отметить и российский менталитет, существенным образом влияющий на трансформацию отечественной бизнес-среды.

В самом деле, с некоторого времени за российскими предпринимателями закрепились репутация ненадежных и крайне нестабильных партнеров, связанная не только с продолжающимся реформированием национальной экономики, но и с определенными стратегиями ведения бизнеса. Стремление к быстрому накоплению капитала оправдывало все средства, которые использовались для достижения данной цели, а именно: манипуляции с финансовой отчетностью, нецелевой расход средств, невыполнение обязательств по платежам, недобросовестная конкуренция, использование силовых методов разрешения деловых конфликтов и т. д.

Кроме того, одной из объективных причин утаивания информации являлось чрезмерное внимание со стороны государства, заключающееся в постоянных плановых и внеплановых проверках многочисленных контролирующих органов (налоговая служба, внебюджетные фонды, полиция, противопожарная служба, инспекция труда, службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека, Прокуратура РФ и т. д.), особенно это было характерно для сферы малого и среднего предпринимательства [10]. Такая экономическая политика ни в коем случае не способствовала развитию информационной открытости бизнеса и даже противоречила ему, однако в настоящее время все больше предпринимателей нацелены на долгосрочное присутствие, на расширение рынка и выход на международный уровень, на поддержку идей социально ответственного предпринимательства, что, в конечном счете, реализуется через открытое и честное ведение бизнеса. Разумеется, нельзя утверждать, что данный вопрос уже окончательно решен, так как любым изменениям нужно время, поэтому и сегодня проблема транспарентности остается достаточно актуальной, что подтверждается результатами анкетирования, проведенного в 2015 г. среди представителей бизнес-структур Тамбовской области.

Для выяснения истинного положения дел, относительно обозначенной проблемы, были проанализированы ответы 100 респондентов, которые ответили на следующие вопросы анкеты:

1) Форма организации Вашего предприятия:

- ОАО
 ООО
 ЗАО
 ИП
 иная форма (укажите): _____

2) Основной вид деятельности Вашего предприятия:

- строительство
 оптовая и розничная торговля
 гостиницы и предприятия питания
 услуги по ремонту
 иной вид деятельности (укажите): _____

3) Представляет ли Ваша организация информацию о ведении своего бизнеса для:

<i>инвесторов</i>	<i>клиентов</i>	<i>контролирующих органов</i>
<input type="checkbox"/> да	<input type="checkbox"/> да	<input type="checkbox"/> да
<input type="checkbox"/> нет	<input type="checkbox"/> нет	<input type="checkbox"/> нет
<input type="checkbox"/> частично	<input type="checkbox"/> частично	<input type="checkbox"/> частично

4) Является ли предоставляемая Вами информация достоверной:

- да, полностью достоверна
 достоверна частично
 нет, полностью недостоверна

5) Вынуждают ли Вас предъявляемые к предоставляемой информации требования скрывать истинное положение дел в организации:

- да
 нет
 иное (укажите): _____

6) Считаете ли Вы, что предоставление полного объема сведений о предприятии, вредит его деятельности и дает существенное преимущество конкурентам:

- да
 нет
 затрудняюсь ответить

7) Какую информацию Вы бы хотели узнать о своих конкурентах:

- о технологиях производства,
 о ведении внутриорганизационной политики,

- о реальной конкурентоспособности и кредитоспособности
 иное (укажите): _____

8) Какую информацию Вы бы хотели скрыть от:

<i>конкурентов</i>	<i>контролирующих органов</i>
<input type="checkbox"/> о технологиях производства	<input type="checkbox"/> о реальной кредитоспособности
<input type="checkbox"/> о ведении политики организации	<input type="checkbox"/> о реальных доходах и расходах
<input type="checkbox"/> о реальной конкурентоспособности и кредитоспособности	<input type="checkbox"/> налоговые сведения
<input type="checkbox"/> иное _____	<input type="checkbox"/> иное _____

9) Какие доводы «против» прозрачного ведения бизнеса являются для Вас наиболее весомыми:

- стремление обезопасить себя от агрессивных действий со стороны государственных (контролирующих) органов,
 желание выиграть в конкурентной борьбе с целью максимизации прибыли,
 стремление скрыть доходы от уплаты реальных налогов,
 иное (укажите): _____

10) Какие доводы «за» ведение прозрачного бизнеса являются для Вас наиболее весомыми:

- стремление привлечь материальные ресурсы на более выгодных условиях,
 желание облегчить сотрудничество с иностранными партнерами,
 стремление оптимизировать бизнес на условиях подряда или в качестве поставщика государственных услуг,
 иное (укажите): _____

11) Оцените прозрачность ведения бизнеса в России: _____ %.

12) Сведения о себе:

Пол: Муж. Жен.

Возраст: _____

Должность: _____

Стаж работы на занимаемой должности: _____

Если анализировать общую информацию фокус-группы, то следует отметить, что опросом были охвачены практически все возрастные катего-

рии (от 20 до 67 лет) с различным профессиональным стажем на занимаемой должности (от одного года до 28 лет). Вполне очевидна корреляция между этими показателями, что наглядно продемонстрировано на рисунках 1 и 2.

Доля женщин, принявших участие в анкетировании, практически в 3 раза превышает долю мужчин и составила 74 % от числа опрошенных.

Если же анализировать распределение респондентов по занимаемым должностям, то необ-

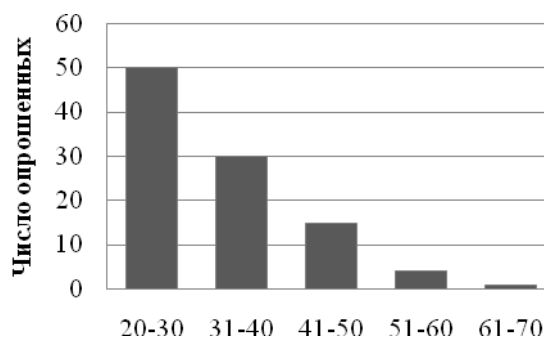


Рис. 1. Распределение респондентов по возрасту

ходимо, прежде всего, отметить, что изначально ставилась задача опроса сотрудников, занимающих либо руководящие должности, либо иной административный персонал. Поэтому среди опрошенных в среднем по 25 % представителей управляющего аппарата (руководство, бухгалтерия, администраторы), а также инженерно-технические работники, юристы и иные сотрудники бизнес-структур (табл. 1).

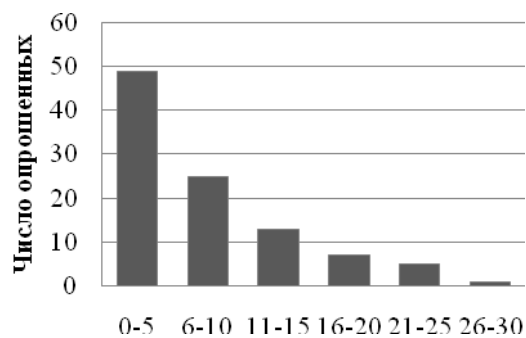


Рис. 2. Распределение респондентов по стажу работы на занимаемой должности

Состав респондентов по занимаемым должностям

Таблица 1

Занимаемые должности	Доля среди общего числа опрошенных
Бухгалтерия	26 %
Администраторы	24 %
Руководство	23 %
ИТР	15 %
Иное	7 %
Юристы	5 %

Сформулированное условие объясняется тем, что именно представители данных структурных подразделений в большей степени задействованы в работе с экономической и технологической информацией предприятия, осуществляют ее обработку и осознают всю ценность обрабатываемых данных.

При этом представляется интересным и разграничение участников анкетирования по организационно-правовой форме их предприятий, что графически проиллюстрировано на рисунке 3.

Наряду с представителями наиболее распространенных организационно-правовых форм (ООО, ИП, ОАО, ЗАО) в опросе также приняли участие и сотрудники публичных акционерных обществ, и крестьянских (фермерских) хозяйств, и унитарных предприятий, причем подавляющее число опрошенных занято в сфере оптовой и розничной торговли, в сфере оказания услуг питания

и ремонта, строительстве, кроме того четверть респондентов указала в качестве области профессиональной деятельности предприятия достаточно широкого спектра: почтовая связь, сельское хозяйство (например, производство зерна), охранные предприятия, производство спецодежды, банковские услуги и т. д. (рис. 4).

При этом полученное распределение является показательным, так как в большой степени дублирует данные Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Тамбовской области, касаемые структуры валовой добавленной стоимости по видам экономической деятельности региона. Действительно, за последние десять лет динамика замечена лишь в незначительных изменениях процентного соотношения производства тех или иных видов товаров и услуг, а вот сама структура валового регионального продукта остается неизменной и вклю-

чает следующую пятерку основных видов экономической деятельности (по убыванию):

(1) оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования;

(2) сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство;

(3) строительство;

(4) обрабатывающие производства;

(5) транспорт и связь.

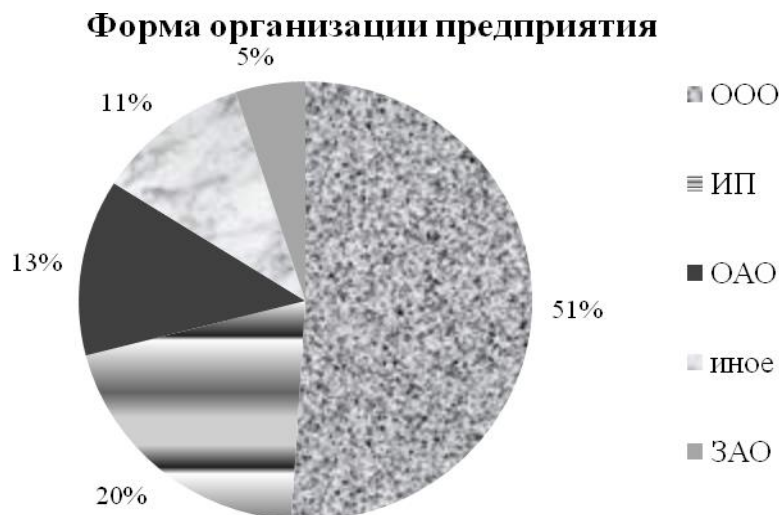


Рис. 3. Разграничение опрошенных по форме организации предприятия

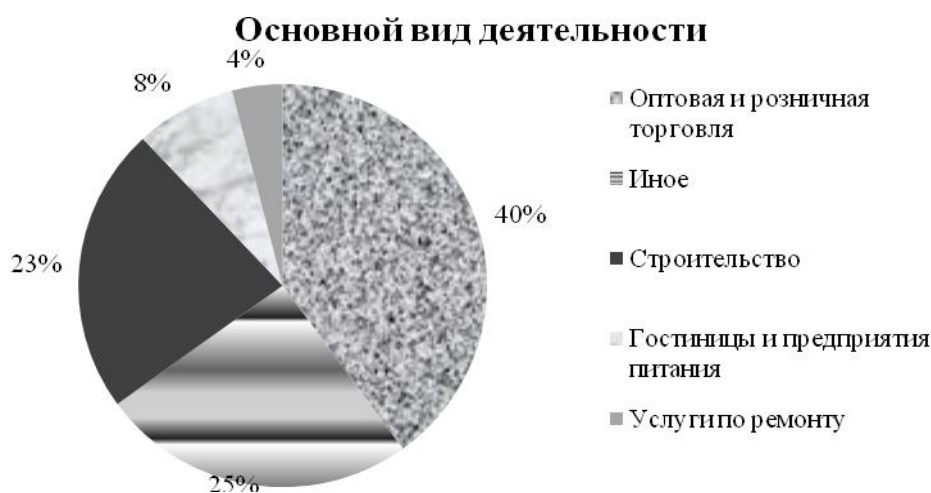


Рис. 4. Сферы занятости респондентов

Как же реализуется экономическая политика на предприятиях региона в отношении прозрачности бизнеса? В первом приближении можно дать оптимистичный ответ на поставленный вопрос, т.к. большинство участников регионального рынка не считают необходимым скрывать информацию ни от инвесторов, ни от клиентов, ни от контролирующих органов, при этом контролирующим органам не готовы (или не хотят) предоставить информацию о ведении бизнеса всего лишь 8 % опрошенных (рис. 5). Последнее можно объ-

яснить, скорее всего, наличием штрафных санкций за предоставление неполной или недостоверной информации. В меньшей степени руководители предприятий «открываются» перед инвесторами и клиентами, но здесь вступает такой фактор, как избирательность предоставляемой информации, так как не вся информация необходима указанной целевой аудитории.

В свою очередь, интересен анализ ответов на вопрос о достоверности данных, так как чуть больше половины респондентов считают предос-

тавляемую информацию достоверной (рис. 6). Несомненно, это недопустимо низкий процент достоверной информации, в результате чего потенциальные инвесторы, партнеры и поставщики будут

действовать на свой страх и риск, заключая договоры «вслепую», что никак не может свидетельствовать о выходе регионального бизнеса на иной, более прогрессивный уровень.

Информация о ведении бизнеса доступна:

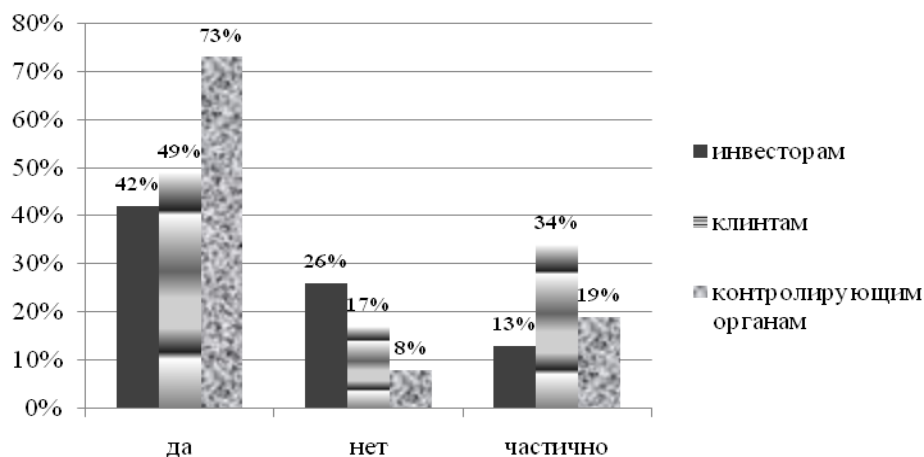


Рис. 5. Распределение ответов по вопросу «Представляет ли Ваша организация информацию о ведении своего бизнеса?»

Доля достоверной информации

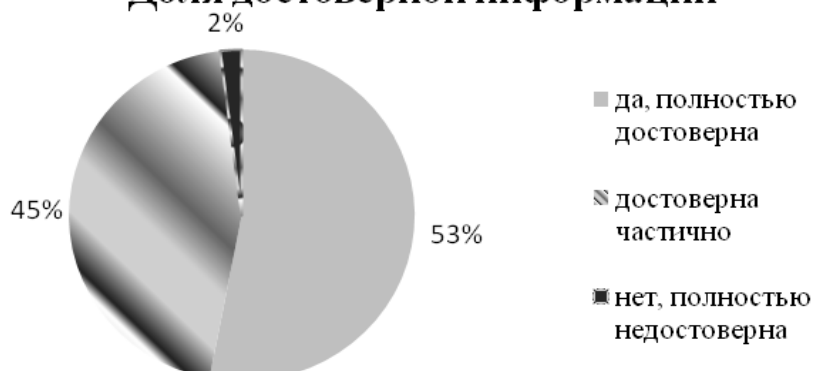


Рис. 6. Распределение мнений относительно достоверности предоставляемой информации

Что же заставляет руководителей бизнес-структур региона вести политику сокрытия или подмены информации? Ведь, по мнению большинства респондентов (71%), предъявляемые к предоставляемой информации требования не вынуждают скрывать истинное положение дел в организации. Возможно причина сложившейся ситуации именно в психологии, в ментальности русского человека, который не привык никому доверять, в таком допущении весьма показателен анализ полученных данных в сравнении с возрастной группой респондентов.

Если всю целевую аудиторию разделить на три возрастные группы, то наиболее доверчивыми

являются респонденты предпенсионного и пенсионного возраста, основной период профессиональной деятельности которых пришелся еще на период советской, плановой экономики, когда сокрытие информации не имело никакого смысла; наименее доверчивыми являются сотрудники 35-49 лет, профессиональное становление и развитие которых совпало со стадией становления рыночной экономики (о негативных аспектах этого периода упоминалось выше); соответственно выпускники новой экономической школы, работающие в современных, далеко нестабильных, но все же более прозрачных условиях, демонстрируют большую предрасположенность к транспарентности бизнеса.

Сами же предприниматели в качестве главных факторов, препятствующих организации прозрачного бизнеса, называют желание выиграть в конкурентной борьбе с целью максимизации прибыли (54 %), а также стремление обезопасить себя от агрессивных действий со стороны государственных (контролирующих) органов (36 %). Но при этом они четко осознают все преимущества информационной открытости, а именно:

- появление возможности привлечь материальные ресурсы на более выгодных условиях (62 %);
- наличие условий подряда или в качестве поставщика государственных услуг (26 %);
- выход на международный уровень и сотрудничество с иностранными партнерами (12 %).

Возрастное распределение по степени достоверности информации

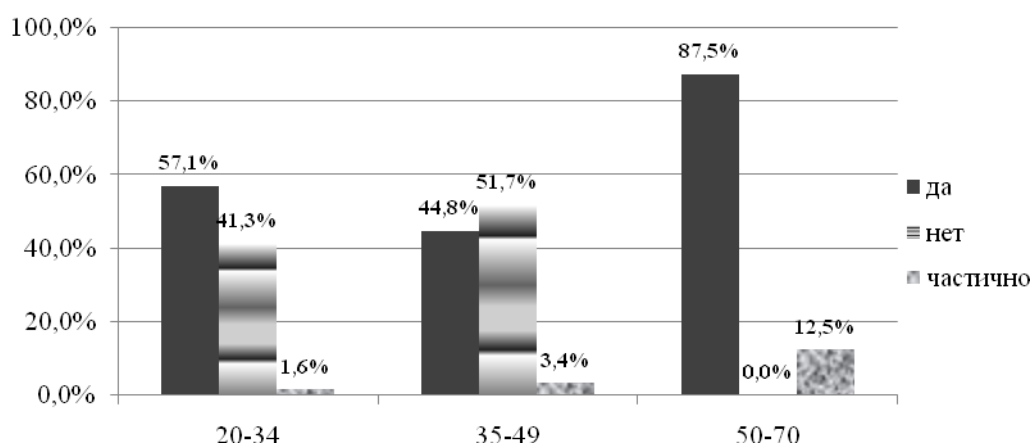


Рис. 7. Зависимость доверия к получателям информации от возраста опрошенных

Какую же информацию стараются скрыть представители различных бизнес-структур Тамбовской области от контролирующих органов? К сожалению, в российских реалиях максимизация прибыли по-прежнему подразумевает, прежде всего, не рациональную экономическую политику, а сокра-

щение налоговых платежей; отсюда вполне объяснимо, что бизнесмены стараются скрыть от контролирующих органов сведения о реальных доходах и расходах предприятия, о его кредитоспособности, т. е. финансовую информацию (рис. 8).

Скрытие информации от контролирующих органов

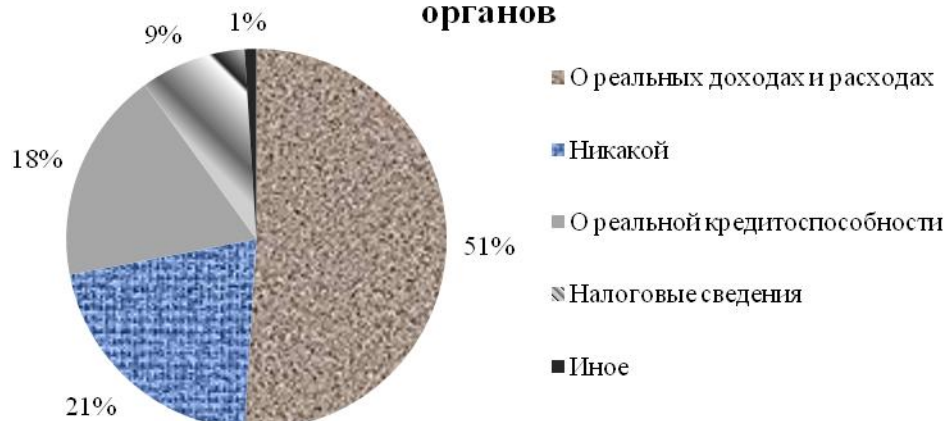


Рис. 8. Виды наиболее часто скрываемой от контролирующих органов информации

Этой же информацией они не готовы делиться и со своими конкурентами, в меньшей степени они будут открыты к обмену сведениями о ведении внутриорганизационной политики и технологиях производства, а вот сами, наоборот, с большим интересом получили бы информацию о структуре конкурирующей организации, о содержании корпоративных решений, инвестиционных вложениях, о кадровой составляющей, т. е. о специфике управ-

ления и функционирования предприятия-конкурента, а финансовые вопросы их интересуют во вторую очередь (рис. 9).

По мнению самих респондентов, прозрачность современного российского бизнеса далека от идеала: в среднем транспарентность бизнеса респондентами оценивается в 36,5 % (полигон распределения частот изображен на рисунке 10 – полученная асимметрия отрицательна и незначительна).

Соккрытие информации от контролирующих органов

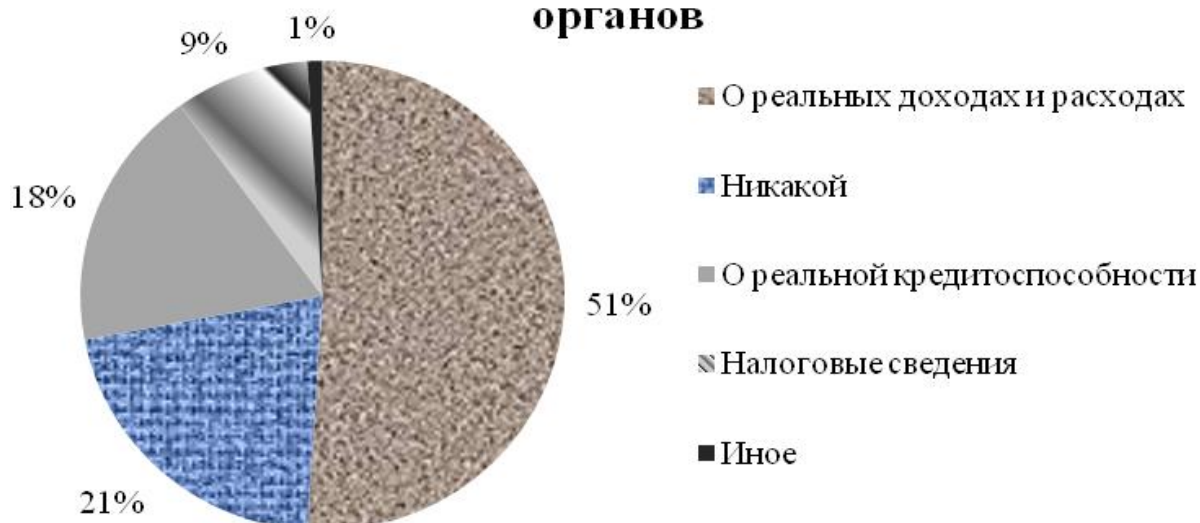


Рис. 8. Виды наиболее часто скрываемой от контролирующих органов информации

Сопоставление мнений по доступу к информации

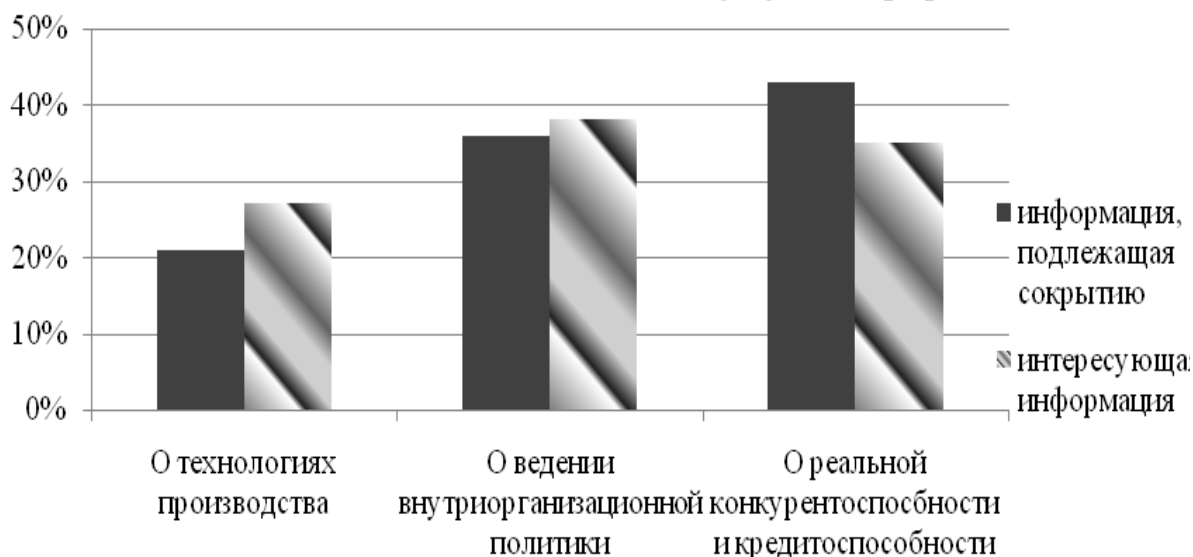


Рис. 9. Различие мнений об интересующей информации и предоставляемой информации

Полигон распределения частот по процентному показателю прозрачности бизнеса

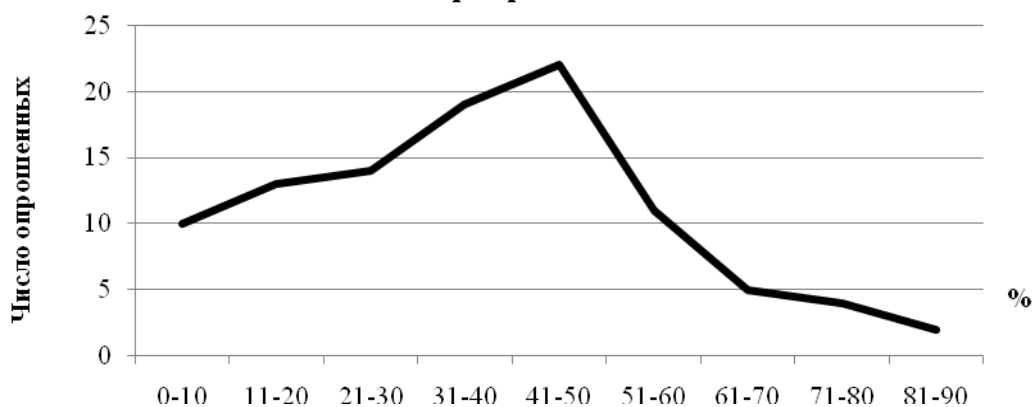


Рис. 10. Распределение ответов на вопрос о степени прозрачности российского бизнеса

Таким образом, подводя итоги проведенного опроса и с некоторой степенью допущения, можно сделать выводы о низком уровне транспарентности регионального бизнеса. Несомненно, выявленная проблема достаточно актуальна и серьезна и влияет на развитие бизнеса в отдельно взятом регионе и в каждом конкретном предприятии, но при этом данная тенденция имеет и общенациональный масштаб. Именно поэтому всевозможные меры, которые мы можем предложить для разрешения обозначенной проблемы, должны быть учтены в системе государственной политики и это, прежде всего, снижение налоговой нагрузки, уменьшение арендной платы и минимизация административных барьеров, расширение банковских стимулов (доступность кредитования со стороны регулятора и др.).

Конечно же, никто не говорит об абсолютной информационной открытости бизнеса, кроме того приверженность принципам транспарентности должна учитывать всю специфику организационно-правовой формы, отраслевой принадлежности компании и иные особенности, но без стремления к решению поставленных задач о развитии бизнеса, о его выходе на международный рынок, о разработке оптимальных стратегий говорить не приходится.

Литература

1. Тесля Е. А. Транспарентность как фактор развития конкурентоспособности российских компаний, привлекающих международное финансирование: автореф. дис... канд. экон. наук. СПб, 2009. С. 8.
2. Колесникова Н. А. К проблеме глобальной информационной прозрачности в XXI веке // Вестник УрФУ. Серия Экономика и управление. 2008. № 3. С. 19-24.

3. Вологдин Е. В. Транспарентность бизнеса как фактор инвестиционной привлекательности региона // Алтайский вестник государственной и муниципальной службы. 2008. № 1. С. 60-61.

4. Несветаев В. Ф. Представление стратегической информации, прозрачность бизнеса // Международный бухгалтерский учет. 2011. № 25. С. 19-25.

5. Пряхин Г. Н. Прозрачность с позиций кросс-культурной оценки доверия в бизнесе // Бизнес, менеджмент и право. 2008. № 2 (17). С. 10-14.

6. Хубиев Р. К. Транспарентность как фактор конкурентоспособности: автореф. дис. ... канд. экон. наук. М., 2009. С. 7.

7. Абоянцева Л. Л. Модели корпоративной отчетности и их развитие // Инновационное развитие экономики. 2012. № 3 (9). С. 44-50.

8. Малиновская Н. В. Интегрированная отчетность: решение проблемы информационной прозрачности // Экономика. Бизнес. Банки. 2014. № 4 (9). С. 92-102.

9. Иванова Т. А., Леонова Ю. С., Полковникова Л. В. На пути к достижению открытости и прозрачности российского бизнеса // Экономические стратегии. 2011. Т. 13. № 3 (89). С. 76-83.

10. Барышева Г. А., Нехорошев Ю. С. Власть и бизнес: легальные и криминальные механизмы взаимосвязи // Известия Томского политехнического университета. 2005. Т. 308. № 6. С. 203-206.

References

1. Teslya E. A. Transparentnost' kak faktor razvitiya konkurentosposobnosti rossijskikh kompanij, privlekayushchikh mezhdunarodnoye finansirovaniye [Transparency as a factor of development of competitiveness of the Russian companies attracting the international financing]: avtoref. dis. ...kand. ekon. nauk. SPb, 2009. S. 8.
2. Kolesnikova N. A. K probleme global'noj informatsionnoj prozrachnosti v XXI veke [To a problem of global information transparency in the XXI century] // Vestnik UrFU. Seriya Ekonomika i upravleniye. 2008. № 3. S. 19-24.

3. Vologdin E. V. Transparentnost' biznesa kak faktor investitsionnoj privlekatel'nosti regiona [Transparency of business as factor of investment appeal of the region] // Altajskij vestnik gosudarstvennoj i munitsipal'noj sluzhby. 2008. № 1. S. 60-61.

4. Nesvetajlov V. F. Predstavleniye strategicheskoy informatsii, prozrachnost' biznesa [Submission of strategic information, transparency of business] // Mezhdunarodnyj bukhgalterskij uchët. 2011. № 25. S. 19-25.

5. Pryakhin G. N. Prozrachnost' s pozitsij kross-kul'turnoj otsenki doveriya v biznese [Transparency from positions of a cross-cultural assessment of trust in business] // Biznes, menedzhment i pravo. 2008. № 2 (17). S. 10-14.

6. Khubiyev R. K. Transparentnost' kak faktor konkurentosposobnosti [Transparency as competitiveness factor]: avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk. M., 2009. S. 7.

7. Aboyantseva L. L. Modeli korporativnoj otchetnosti i ikh razvitiye [Models of the corporate reporting and

their development] // Innovatsionnoye razvitiye ekonomiki. 2012. № 3 (9). S. 44-50.

8. Malinovskaya N. V. Integrirovannaya otchetnost': resheniye problemy informatsionnoj prozrachnosti [The integrated reporting: solution of the problem of information transparency] // Ekonomika. Biznes. Banki. 2014. № 4 (9). S. 92-102.

9. Ivanova T. A., Leonova Yu. S., Polkovnikova L. V. Na puti k dostizheniyu otkrytosti i prozrachnosti rossijskogo biznesa [On the way to achievement of openness and transparency of the Russian business] // Ekonomicheskiye strategii. 2011. T. 13. № 3 (89). S. 76-83.

10. Barysheva G. A., Nekhoroshev Yu. S. Vlast' i biznes: legal'nye i kriminal'nye mekhanizmy vzaimosvyazi [Power and business: legal and criminal mechanisms of interrelation] // Izvestiya Tomskogo politekhnicheskogo universiteta. 2005. T. 308. № 6. S. 203-206.

* * *

TRANSPARENCY OF THE RUSSIAN BUSINESS AS CHARACTERISTIC OF ITS DEVELOPMENT

GOLUSHKO TATYANA KONSTANTINOVNA

Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration,
Tambov Branch,

Tambov, the Russian Federation, e-mail: tat-golushko@mail.ru

GORBUNOVA OLGA NIKOLAEVNA

Tambov State University named after G. R. Derzhavin,
Tambov, the Russian Federation, e-mail: oon26@mail.ru

In article authors considered features of the concept «transparency» as existence of the open information concerning results of production and financial activity of the enterprise, and also questions of corporate management and its specifics in aspect of a modern stage of development of economy. In article authors also analyzed transparency components (financial, legal, technological, administrative and social openness), studied its advantages (equality of all participants of business process, enhancing cooperation with other companies, existence of feedback between business structure and its specific representative, possibilities of individual professional growth and personal comfort) and shortcomings (vulnerability before continuous intervention in affairs of the enterprise and more rigid control from investors, the state and clients; vulnerability to competitors, both in technological, and in commercial aspects; increase in expenses on development of absolutely other concept of development of the enterprise taking into account the changing requirements to business) taking into account specifics of the Russian mentality. Besides, authors gave results of poll of representatives of business structures of the Tambov region concerning problems of transparency of business at the regional level namely their opinions concerning the level of transparency of business in Russia; arguments of pros and cons of transparent business; the circumstances influencing concealment of the provided information; distributions on degree of openness and contents of information for investors, clients and supervisory authorities, etc. Authors proposed measures for stabilization of the created situation: decrease in the tax load, reduction of a rent and minimization of administrative barriers, bank incentives (availability of crediting from the regulator), etc.

Key words: transparency, business structure, openness of business