

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-80>

УДК 658.014.1

Інформаційна прозорість компанії – складник моделі корпоративного управління

Іоргачова М.І.

кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри фінансового менеджменту
та фондового ринку
Одеського національного економічного університету

У статті розглянуто інформаційну прозорість компанії як важливий складник моделі корпоративного управління. Відзначено, що важливість цього складника приводить до пошуку напрямів щодо підвищення його рівня, оскільки саме завдяки підвищенню рівня інформаційної прозорості компаній стане можливим подальше становлення якісної моделі корпоративного управління в Україні. У статті запропоновано напрям щодо підвищення інформаційної прозорості компаній завдяки впровадженню електронного корпоративного управління. Висловлюється думка, що застосування цього напрямку щодо підвищення рівня інформаційної прозорості вітчизняних компаній приведе до становлення якісної моделі корпоративного управління, підвищення інвестиційної привабливості українських компаній та збільшення їх вартості.

Ключові слова: інформаційна прозорість, модель корпоративного управління, складник, компанія, електронне корпоративне управління, інвестиційна привабливість.

Иоргачева М.И. ИНФОРМАЦИОННАЯ ПРОЗРАЧНОСТЬ КОМПАНИИ – СОСТАВЛЯЮЩАЯ МОДЕЛИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В статье рассмотрена информационная прозрачность компании как важная составляющая модели корпоративного управления. Отмечено, что важность этой составляющей приводит к поиску направлений по повышению ее уровня, поскольку именно благодаря повышению уровня информационной прозрачности компаний станет возможным создание качественной модели корпоративного управления в Украине. В статье предложено направление по повышению информационной прозрачности компаний благодаря внедрению электронного корпоративного управления. Высказывается мнение, что применение этого направления по повышению уровня информационной прозрачности украинских компаний приведет к формированию качественной модели корпоративного управления, повышению инвестиционной привлекательности украинских компаний и увеличению их стоимости.

Ключевые слова: информационная прозрачность, модель корпоративного управления, составляющая, компания, электронное корпоративное управление, инвестиционная привлекательность.

Iorgachova M.I. INFORMATION TRANSPARENCY OF THE COMPANY IS AN INTEGRAL PART OF THE CORPORATE GOVERNANCE MODEL

The article considers the information transparency of the company as an important component of the corporate governance model. It is noted that the importance of this component leads to the search for directions to improve its level, because it will be thanks to the increased level of information transparency of companies that it will be possible to create a high-quality model of corporate governance in Ukraine. The article proposes a direction for increasing information transparency of companies through the introduction of electronic corporate governance. Expressed the opinion that the application of this direction for increasing the level of information transparency of Ukrainian companies will lead to the formation of a quality model of corporate governance, to increase the investment attractiveness of Ukrainian companies and increase their value.

Keywords: information transparency, corporate governance model, component, company, electronic corporate governance, investment attractiveness.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах, коли вітчизняна економіка все більш набуває інформаційно-інноваційних рис та має місце підвищення рівня інформатизації суспільства, важливим аспектом розвитку для будь-якої компанії є інформація, а також врахування цих змін

та своєчасне пристосування. Це приводить до того, що компанії вимушені враховувати у своїй діяльності надання певного обсягу інформації інвесторам та іншим зацікавленим особам. Саме інформаційна прозорість певної компанії та корпоративного сектора країни загалом є одним із важливих склад-

ників моделі корпоративного управління. Оскільки в Україні модель корпоративного управління продовжує формуватися та доки не має стійких рис, то зміна та поліпшення кожного з її елементів (складників) дасть змогу покращити її стан та прискорить її вдале становлення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання інформаційної прозорості компанії (її транспарентність) розглядалися в багатьох працях як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, зокрема деякі теоретичні аспекти щодо сутності інформаційної прозорості компанії надані у роботі Н.В. Зачосової та І.В. Горячківської [1], В.В. Боковець [2] та Н.А. Супрун [3] зосередили увагу на особливостях моделі корпоративного управління в Україні та розглянули у своїх працях інформаційну прозорість як фактор, що впливає на цю модель. Вчені В.В. Македон [4], М.І. Сарнавська [5], Н. Корж, О. Пожванюк [6] зосередили увагу на особливостях формування вітчизняної моделі корпоративного управління, а також розглянули труднощі та недоліки цього процесу [5, 6] та запропонували напрями щодо подальшого її розвитку [4]. Тематика взаємозв'язку між національними моделями корпоративного управління та інформаційною прозорістю компаній знайшла відображення в дослідницькій праці науковців А.В. Бухвалова, Ю.Б. Ільїної, О.В. Бандалюка [7]. Також І. Курінна, В. Малярчук, М. Саприкіна, М. Супрунюк, О. Трегуб [8] розглянули, яка інформація є важливою для потенційних інвесторів та має бути оприлюднена компаніями на сайтах, а В.П. Чижик [9] та О.О. Олійник [10] зосереджують увагу на дослідженні найчастіших порушень щодо розкриття інформації у компанії та напрями підвищення прозорості діяльності організацій.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак досі немає дослідження, яке було би зосереджено саме на одночасному розгляді інформаційної прозорості компанії як складника моделі корпоративного управління, який впливає на рівень інвестиційної привабливості компанії та її фінансовий стан, що позначається на вартості цієї компанії для інвестора. Також серед праць із цієї проблеми недостатньо розкриті питання, як саме може бути підвищена інформаційна прозорість компаній.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є розгляд інформаційної прозорості компанії як одного з найважливіших складників моделі корпоративного управління, що впливає на інвестиційну при-

вабливість та вартість компанії, а також розроблення напряму щодо підвищення інформаційної прозорості компаній.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні в умовах глобалізації модель корпоративного управління являє собою ключове джерело економічного розвитку країни, а її основні риси визначають можливість доступу до наявних інвестиційних ресурсів та рівень загального інвестиційного клімату в країні. У зв'язку з цим відбувається постійна трансформація наявних національних моделей корпоративного управління та заходи щодо їх гармонізації.

Важливим складником моделі корпоративного управління є інформаційна прозорість (транспарентність) компаній, яка виступає одним із факторів формування вартості компаній.

Інформаційна прозорість – це забезпечення вільного доступу усіх без винятку категорій стейкхолдерів до відомостей про різні напрями діяльності суб'єкта господарювання, їх результативність, стан менеджменту, структуру власності та інших даних, що можуть бути корисними для прийняття рішень щодо вступу цим суб'єктом у ту чи іншу форму відносин [1, с. 91].

Моделі корпоративного управління мають свої особливі риси, в тому числі й щодо такого їх складника, як надання компаніями певної інформації, яка є цікавою як для наявних, так і для майбутніх стейкхолдерів.

Наприклад, у розвинутих країнах надання інформації компаніями знаходиться на більш високому рівні, ніж в країнах, що розвиваються. Це також пов'язано з особливостями національних моделей корпоративного управління, насамперед у розрізі стану наявної структури власності в більшості компаній. В Україні та інших країнах, де має місце висока концентрація власності (володіння компанією відбувається певною групою осіб – мажоритарними акціонерами), надання інформації іншим особам пов'язано з побоюванням втрати цією групою контролю над компанією. Тому питання інформаційної прозорості як складника моделі корпоративного управління набуває неабиякої важливості та потребує розгляду. Також необхідним є пошук можливого напряму щодо підвищення інформаційної прозорості компаній, оскільки тільки за підвищення рівня інформаційної прозорості як складника корпоративної моделі стане можливим поліпшити загалом модель корпоративного управління країни (рис. 1).

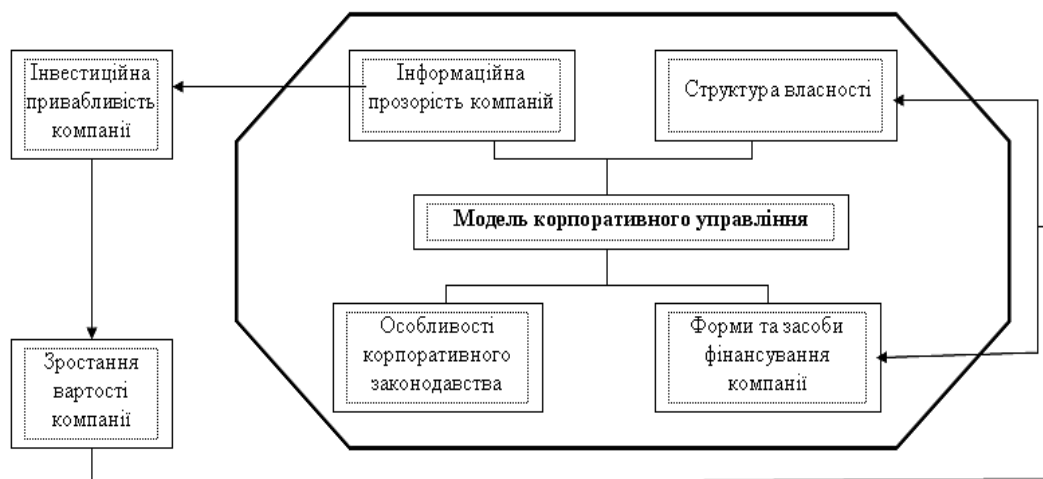


Рис. 1. Складники моделі корпоративного управління

Джерело: складено автором

З рис. 1 видно, що інформаційна прозорість компанії – не тільки один із найважливіших складників будь-якої моделі корпоративного управління, а й невід’ємний складник інвестиційної привабливості компанії, що приводить до зростання її вартості.

Однак необхідно відзначити що надання компанією інформації та інформаційна прозорість – не тотожні поняття, оскільки компанії можуть надавати великий обсяг інформації, яка не матиме цінності для інвесторів та інших стейкхолдерів, а також надавати інформацію завуальовано, не розкриваючи реального стану справ у компанії (прикладом може бути інформація про структуру володіння компанією, коли неможливо зрозуміти, хто є справжнім власником, через складну структуру володіння). Тому згідно з принципами корпоративного управління ОЕСР «своєчасному розкриттю підлягає повна і точна інформація з усіх найважливіших питань, що стосуються товариства, включаючи його фінансове становище, результати діяльності, структуру власності й управління» [11].

Також про інформацію, яка має бути надана компанією та є суттєвою і повною, сказано в Рішенні Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку «Про затвердження принципів корпоративного управління» від 22.07.2014 № 955 [12].

Основним тут є поняття суттєвості – це інформація, ненадання або неналежне надання якої може вплинути на економічні рішення, що приймаються її користувачами [12].

В останні роки інформаційна прозорість набула більш ширшого використання в різноманітних сферах, з’явилося багато методів

визначення рівня інформаційної прозорості, але немає єдиного підходу до визначення оптимального її рівня. Однак очевидним є те, що її рівень впливає на інвестиційну привабливість окремої компанії та економіки країни загалом. Вищий рівень інвестиційної привабливості економіки приводить до більш швидкого розвитку інститутів корпоративного управління та становлення моделі корпоративного управління.

Рівень розвитку системи корпоративного управління в Україні характеризують рейтингові показники індексу конкурентоспроможності країни та індекс прозорості українських компаній [6, с. 1.4; 15]. За останні декілька років наша країна поліпшила деякі показники щодо стану корпоративного управління, але ще продовжують існувати певні прогалини, на яких потрібно зосередити увагу державі.

Компанії, які мають відмінну систему корпоративного управління, отримують довіру з боку інвесторів. Маючи інформацію щодо компанії, інвестори мають можливість оцінити ризики та можливі перспективи її розвитку, навіть якщо вони неопозитивні – це однаково знижує для інвесторів рівень невизначеності. Згідно з деякими дослідженнями [13], за акції компаній з ефективним корпоративним управлінням інвестори готові платити більше: у США і Великобританії – на 18% більше; в Італії – на 22%, в Індонезії – на 27%. Ефективне корпоративне управління не тільки сприяє зростанню інвестицій, а й знижує витрати на залучення капіталу – дає змогу за необхідності отримувати компанії позикові кошти на вигідних умовах (нижчі відсоткові ставки, довший термін повернення

позик та інші), а також сприяє зростанню вартості активів компанії.

Тому необхідним є розгляд ще й можливого напрямку щодо підвищення інформаційної прозорості компанії. Одним із перспективних напрямів розвитку і вдосконалення моделі корпоративного управління є впровадження концепції електронного корпоративного управління, теоретичною основою для якого є концепція електронного уряду. Важливим складником електронного корпоративного управління є прозорість (транспарентність) компанії. Не менш важливим є питання взаємозв'язку між національними моделями корпоративного управління й інформаційною прозорістю компаній, яка є однією з характеристик якості корпоративного управління. Оскільки інформаційна прозорість та стан моделі корпоративного управління взаємопов'язані, то підвищення рівня інформаційної прозорості сприятиме більш якісному становленню національної моделі корпоративного управління.

Прозорість компанії і механізм її реалізації за допомогою так званого електронного корпоративного управління (e-corporate governance) є однією з актуальних проблем у сучасному світі. Складником цієї системи є надання інформації про компанії, пов'язаної з корпоративним управлінням, на корпоративних сайтах. Можна говорити про можливу аналогію електронного уряду й електронного корпоративного управління, оскільки ідея розподілу влади на виконавчу (правління, дирекція) і законодавчу (наглядова рада) за аналогією з державним управлінням запозичена системою корпоративного управління.

На рівні держави відбувається інформування населення про події, що відбуваються, так само, як відбувається розкриття інформації про різні аспекти діяльності компанії (disclosure). Тобто на рівні держави є можливість зворотного зв'язку – за допомогою Інтернету влада спілкується з народом, так само і компанії повинні давати можливість інвесторам ставити питання й отримувати відповіді шляхом створення каналів зворотного зв'язку.

Завдяки Інтернету знизилася трансакційні витрати, знизилася різні бар'єри, пов'язані з участю у формуванні і виконанні державних рішень.

Електронне корпоративне управління можна визначити як забезпечення внутрішніх і зовнішніх взаємодій у компанії, які спрямовані на дотримання балансу інтересів між широкими групами стейкхолдерів [7].

Розвиток електронного корпоративного управління здатний змінити наявні підходи до вирішення різноманітних проблем із корпоративного управління. Окрім цього, електронний уряд є інструментом зниження рівня корупції шляхом підвищення прозорості діяльності уряду. Підвищення прозорості компаній також може бути якщо і не методом зниження корупції, то в усякому разі сприяти підвищенню ефективності ринку капіталів.

Для дослідження взаємозв'язку між моделлю корпоративного управління та електронним КУ можна використовувати інформацію, що надається на корпоративних сайтах компаній, а також уже наявну інформацію з цієї тематики. Це дасть змогу виявити особливості тієї або іншої моделі з погляду доступної інформації про емітента. Тобто доцільно перевірити, наскільки особливості тієї або іншої моделі КУ відбиваються на прозорості компанії з погляду надання інформації на корпоративних сайтах відповідно до певних критеріїв з позиції потенційного інвестора. Для дослідження було взято 20 українських АТ та результати досліджень за іншими моделями корпоративного управління [7; 8; 15]. Кожен критерій оцінювався від «0» – немає інформації – до «2» – інформація в задовільній кількості та її легко знайти. Результати дослідження в розрізі критеріїв окремих країн і за основними моделями корпоративного управління приведені в таблиці 1. Під час оцінки якості сайтів не враховувалися відмінності між компаніями з погляду наведених секторів економіки і розміру, а також фінансової історії, рівня публічності компанії. Вибірка має випадковий характер, у неї потрапили як великі, так і менш відомі компанії з різних секторів виробництва і торгівлі.

Таким чином, з таблиці видно, що з погляду оцінки поданих для порівняння моделей українська модель займає останнє місце, отримавши найменшу кількість балів. Дві інші моделі корпоративного управління показали приблизно однакові результати. Якщо розглядати англо-саксонську модель і германо-японську модель окремо по країнах, то найгірше становище – у сфері прозорості діяльності підприємств у Японії, її сумарний рейтинг виявився найменшим. На японських корпоративних сайтах, як правило, відсутня додаткова інформація про членів ради директорів, про структуру акціонерного і позикового капіталу, мінімально присутня додаткова інформація про дивіденди. Це можна пояснити національними особливостями

Таблиця 1

**Дослідження якості корпоративних сайтів різних моделей
з позиції прозорості компанії для потенційного інвестора**

Критерії	Україна (20 компаній)	Японія (10 компаній)	Німеччина (10 компаній)	По германо-японській моделі (20 компаній)	США (10 компаній)	Великобританія (10 компаній)	По англосакській моделі (20 компаній)
1. Легкість знаходження інформації про КУ (наявність окремого розділу)	21	10	20	30	15	19	34
2. Наявність та якість поданої річної звітності за останні 5 років	12	19	20	39	16	20	36
3. Наявність та якість поданих квартальних звітів за останній рік	6	19	20	39	16	20	36
4. Інформація про склад і членів Наглядової ради (Ради директорів)	11	10	18	28	18	19	37
5. Інформація про незалежних директорів	1	0	2	2	0	20	20
6. Інформація про комітети СД (НР)	2	3	10	13	15	14	29
7. Інформація про склад і членів Правління	10	10	17	27	18	19	39
8. Графік зборів СД і Правління	4	0	6	6	0	0	0
9. Інформація по винагороди вищому менеджменту	3	4	12	16	3	4	7
10. Інформація про останні виплачені дивіденди	5	9	16	25	12	18	30
11. Інформація про дивідендну політику	5	1	6	7	12	14	26
12. Інформація про істотні факти, які здатні вплинути на вартість акцій	22	14	20	34	16	14	30
13. Інформація про афільованих осіб	21	14	20	34	16	14	30
14. Інформація про базових кредиторів (структура позикового капіталу)	3	0	6	6	0	0	0
15. Інформація про реструктуризацію (у тому числі майбутню)	4	1	2	3	0	0	0
16. Інформація про капіталізацію компанії	6	1	0	1	2	1	3
17. Інформація про структуру акціонерного капіталу	11	0	12	12	4	4	8
18. Інформація про номінальне володіння	7	0	0	0	0	2	2
19. Наявність внутрішніх документів (положення про СД, Статут та ін.)	6	13	15	28	8	4	12
20. Інформація про соціальну політику	29	20	20	40	18	20	38
21. Інформація про інші цінні папери	9	10	20	30	13	8	21
22. FAQ	4	12	18	30	8	10	18
РАЗОМ по моделях КУ	202			450			456
Разом по країні	101	170	280		210	244	

Джерело: складено автором за даними [7; 8; 15]

формування компаній (групи кейрецу), які не вимагають відкритості, оскільки акції насамперед призначені для домінуючих інвесторів. Іншою особливістю корпоративних сайтів Японії є відсутність у багатьох англомовних версій. Також можна побачити, що найвищий рейтинг має Німеччина. Її корпоративні сайти відрізняються наданням досить повної інформації про структуру позикового капіталу, що пояснюється великою роллю банків і особливостями німецького права, орієнтованого на кредитора.

За результатами проведеного дослідження можна побачити, що моделі корпоративного управління Японії і Німеччини з погляду надання інформації (прозорості) значно відрізняються один від одного, і правильнішим є розгляд їх окремо.

Компанії англосакської моделі демонструють найвищий рівень розкриття інформації, оскільки найбільш орієнтовані на зовнішні форми корпоративного управління (рис. 2).

Особливістю англійських корпоративних сайтів є надання інформації про незалежних директорів, яка відсутня або недостатньо представлена на сайтах японських і американських компаній.

Якщо говорити про особливості українських корпоративних сайтів, то тут необхідно відмітити таке. На українських корпоративних сайтах досить високим виявився рейтинг за інформацією про афільованих осіб, за інформацією про соціальну політику і роботу компанії.

Так само необхідно відмітити, що в усіх розглянутих країнах є інформація, яка не розкривається майже усіма компаніями: про графік зборів Ради директорів і Правління, інформація про структуру позикових засобів.

Висновки з цього дослідження. Таким чином, проблема інформаційної прозорості компанії (її транспарентність) для наявних та майбутніх стейкхолдерів є однією з найважливіших складових частин моделі корпоративного управління.

Необхідно відмітити, що за критерієм прозорості англо-американська модель якнайповніше відповідає вибраним критеріям оцінки з позиції потенційного інвестора. Українська модель корпоративного управління потребує подальшого розвитку й удосконалення. Прозорість українських компаній знаходиться на низькому рівні.

Оскільки має місце прямий взаємозв'язок між моделлю корпоративного управління та інформаційною прозорістю компаній, то повніше розкриття інформації (підвищення рівня інформаційної прозорості) вітчизняними компаніями приведе до становлення якісної моделі корпоративного управління, підвищення інвестиційної привабливості українських компаній та збільшення їх вартості. Рівень досконалості моделі корпоративного управління та її складника – інформаційної прозорості – показує інвестору і суспільству як ефективність і перспективи окремої компанії, так і потенціал країни загалом.

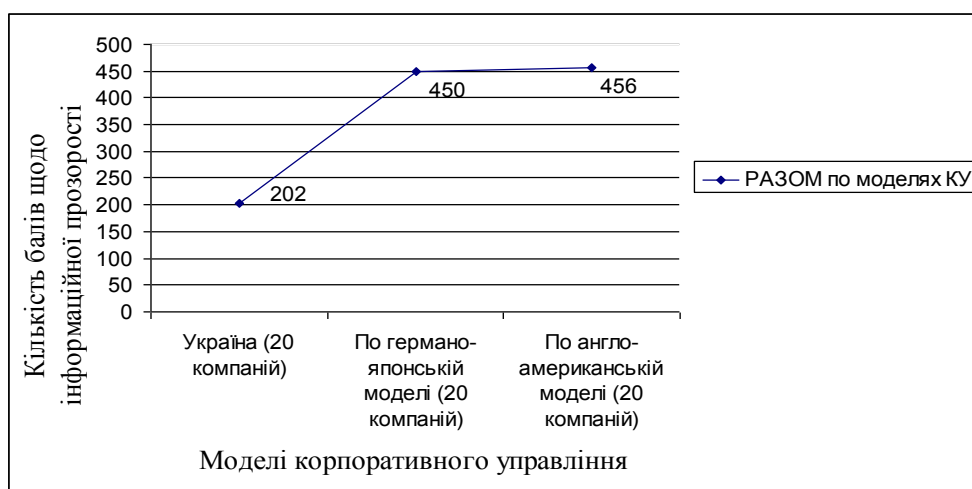


Рис. 2. Інформаційна прозорість моделей корпоративного управління

Джерело: складено автором за даними [7; 8; 15]

ЛІТЕРАТУРА:

1. Зачосова Н.В., Горячківська І.В. Інформаційна прозорість та забезпечення інтерфейсної безпеки як елементи попередження та протидії злочинам у економічній сфері на міжнародному рівні. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2016. Вип. 8. Ч.1. С. 90–92.
2. Боковець В.В. Особливості корпоративного управління на підприємствах. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. 2015. Вип. 2. С. 268–279.
3. Супрун Н.А. Рамкові умови та інституційні детермінанти розвитку корпоративного сектору національної економіки. Український соціум. 2016. № 3. С. 72–87.
4. Македон В.В. Інституційні основи становлення та розвитку національної моделі корпоративного управління. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2016. Вип. 3. С. 48–52.
5. Сарнавська М.І. Особливості формування корпоративного сектору в Україні. Юридичний науковий електронний журнал. 2006. № 6. С. 96–99.
6. Корж Н., Пожванюк О. Особливості управління в акціонерних товариствах України. Траектория науки. 2017. Т. 3. № 6. С. 1.1–1.9.
7. Бухвалов А.В., Ильина Ю.Б., Бандалюк О.В. К концепции электронного корпоративного управления: учет интересов стейкхолдеров. Вестник С.-Петербур. ун-та. Сер. Менеджмент. 2007. Вып. 1. С. 128–152.
8. Куріння І., Малярчук В., Саприкіна М., Супрунюк М., Трегуб О. Прозорість і корпоративна соціальна відповідальність. Київ: Поліграфія «Юстон», 2015. 47 с.
9. Чижик В.П. Анализ статистики и причин нарушения требований к раскрытию информации российскими акционерными обществами. Омский научный вестник. 2017. № 1. С. 86–89.
10. Олійник О.О. Напрями підвищення прозорості діяльності організацій. Соціально-трудові відносини: теорія та практика. 2017. № 1. С. 224–230.
11. Принципы корпоративного управления ОЭСР. Принцип IV о раскрытии информации и прозрачности, 2004. URL: <https://www.oecd.org/dataoecd/> (дата звернення 7.07.2018).
12. Рішення Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку «Про затвердження Принципів корпоративного управління» від 22.07.2014 р. № 955 URL: <https://www.nssmc.gov.ua/documents/rshennya-pro-zatverdzhennya-printsipv-korporativnogo-upravlinnya/> (дата звернення 7.07.2018).
13. Федоров А. Корпоративное управление на предприятии: примеры эффективного внедрения. Генеральный директор. 2014. URL: <https://www.gd.ru/articles/3292-red-korporativnoe-upravlenie-na-predpriyatii> (дата звернення 7.07.2018).
14. Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку. Київ, 2018. URL: <https://www.nssmc.gov.ua/reports/> (дата звернення 11.07.2018).
15. Индекс прозорості українських компаній. Київ – Центр «Розвиток КСВ». 2016. URL: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/article/transparency-index-2016-2/> (дата звернення 11.07.2018).

REFERENCES:

1. Zachosova N.V., Ghorjachkivsjska I.V. (2016) Informacijna prozoristij ta zabezpechennja interfejsnoji bezpeky jak elementy poperedzhennja ta protydiji zlochynam u ekonomichnij sferi na mizhnarodnomu rivni [Information transparency and provision of interface security as elements of the prevention and counteraction to economic crime at the international level]. Naukovyj visnyk Uzhghorodskojkogo nacionaljnogho universytetu, vol. 8, no. 1, pp. 90–92.
2. Bokovec V.V. (2015) Osoblyvosti korporatyvnogho upravlinnja na pidprijemstvakh [Features of corporate governance at enterprises]. Ekonomichna strateghija i perspektvyvy rozvytku sfery torghivli ta poslugh, vol. 2, pp. 268–279.
3. Suprun N.A. (2016) Ramkovi umovy ta instytucijni determinanty rozvytku korporatyvnogho sektoru nacionaljnoji ekonomiky [Framework conditions and institutional determinants of the development of the corporate sector of the national economy]. Ukrajskijj socium, no. 3, pp. 72–87.
4. Makedon V.V. (2016) Instytucijni osnovy stanovlennja ta rozvytku nacionaljnoji modeli korporatyvnogho upravlinnja [Institutional framework for the formation and development of a national corporate governance model]. Ekonomichnyj visnyk Zaporizkoji derzhavnoji inzhenernoji akademiji, vol. 3, pp. 48–52.
5. Sarnavsjska M.I. (2006) Osoblyvosti formuvannja korporatyvnogho sektoru v Ukrajinі [Features of the formation of the corporate sector in Ukraine]. Jurydychnyj naukovyj elektronnyj zhurnal, no. 6, pp. 96–99.
6. Korzh N., Pozhvanjuk O. (2017) Osoblyvosti upravlinnja v akcionernyx tovarystvakh Ukrajinі [Management features in joint stock companies of Ukraine]. Traektoryja nauky, vol. 3, no. 6, pp. 1.1–1.9.
7. Bukhvalov A.V., Il'ina Yu.B., Bandalyuk O.V. (2007) K kontseptsii elektronnoho korporativnogo upravleniya: uchet interesov steykholderov [To the concept of electronic corporate governance: taking into account the interests of stakeholders]. Vestnik S.-Peterb. un-ta. Ser. Menedzhment, vol. 1, pp. 128–152.

8. Kurinnj I., Maliarchuk V., Saprykina M., Supruniuk M., Trehub O. (2015), Prozorist i korporatyvna sotsialna vidpovidalnist [Transparency and corporate social responsibility.], Juston, Kyiv, Ukraine. (in Ukrainian)
9. Chizhik V.P. (2017) Analiz statistiki i prichin narusheniya trebovaniy k raskrytiyu informatsii rossiyskimi aktsionernymi obshchestvami [Analysis of statistics and reasons for violation of disclosure requirements by Russian joint-stock companies]. Omskiy nauchnyy vestnik, no. 1, pp. 86–89.
10. Olijnyk O.O. (2017) Naprjamy pidvyshhennja prozorosti dijajnosti orghanizacij [Areas of increase of transparency of activity of organizations]. Socialjno-trudovi vidnosyny: teorija ta praktyka, no. 1, pp. 224–230.
11. Printsipy korporativnogo upravleniya OESR. Printsip IV o raskrytii informatsii i prozrachnosti (2004). [Principles of corporate governance OECD. Principle IV on disclosure of information and transparency]. Available at: <https://www.oecd.org/dataoecd/> (accessed 7 July 2018).
12. Rishennja Nacionaljnoji komisiji z cinnykh paperiv ta fondovogho rynku “Pro zatverdzhennja Prynypiv korporatyvnogho upravlinnja” [On Approval of the Principles of Corporate Governance] (22.07.2014), no. 955. Available at: <https://www.nssmc.gov.ua/documents/rshennya-pro-zatverdzhennya-printsipv-korporativnogo-upravlnnya/> (accessed 7 July 2018).
13. Fedorov A. (2014) Korporativnoe upravlenie na predpriyatii: primery effektivnogo vnedreniya [Corporate governance in the enterprise: examples of effective implementation]. General'nyy director (electronic journal). Available at: <https://www.gd.ru/articles/3292-red-korporativnoe-upravlenie-na-predpriyatii> (accessed 7 July 2018).
14. Nacionaljna komisija z cinnykh paperiv ta fondovogho rynku (2018). Kyjiv. Available at: <https://www.nssmc.gov.ua/reports/> (accessed 11 July 2018).
15. Centr “Rozvytok KSV” (2016) Indeks prozorosti ukrajinsjkykh kompanij [Transparency index of Ukrainian companies]. Kyjiv. Available at: <http://csr-ua.info/csr-ukraine/article/transparency-index-2016-2/> (accessed 11 July 2018).