

References (in Latin): Translation / Transliteration/ Transcription

1. Arkhyereev, S. 2004. Transactional architectonics. *Economic theory*, vol. 1, pp. 69-83.
2. Varnalii, Z. 2017. Tax system of Ukraine: problems of functioning and ways of reform. *Economy and region*, vol. 5 (66), pp. 19-24.
3. Varnalii, Z., Savych, I. 2014. Current status and factors of shadow budget relations in Ukraine. *Herald of Taras Shevchenko National University of Kyiv*, vol. 164, pp. 19-24. DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2014/164-11/1>
4. Hrytsenko, A. 2006. Institutional architectonics: subject, basic laws, methodology. *Academic works of the Donetsk National Technical University (economic series)*, vol. 103 (1), pp. 31-37.
5. Hrytsenko, A. 2013. *Hierarchy and networks in the institutional architectonics of economic systems*. Kyiv: Institute of Economics and Forecasting of NAS of Ukraine, 580 pp.
6. Hrytsenko, A. 2008. *Institutional architectonics and dynamics of economic transformation*. Kharkiv: Fort, 928 pp.
7. Ivanov, Y., Tyshchenko, A. 2015. *Modern problems of tax policy*. Kharkiv: Inzhpekt, 327 pp.
8. The Constitution of Ukraine 254k-96vr of 28 June 1996 [online] Verkhovna Rada of Ukraine. Available at: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA%96-%D0%B2%D1%80><http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> [Accessed 1 March 2018].
9. Krysovatyi, A., Sydorovych, O. 2014. Methodological toolkit of the newest taxation paradigm. *Economic theory*, vol. 4, pp. 36-48.
10. Melnyk, V., Koshchuk, T. 2016. Ukraine's tax policy in terms of implementation the Association Agreement with European Union. *Finance of Ukraine*, vol. 7, pp. 7-25.
11. Liutyi, I. 2009. *Tax System*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 456 pp.
12. Andushchenko, V. 2015. *Tax System*. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 416 pp.
13. Baranova, V. 2014. *Tax System*. Odesa: VMV, 344 pp.
14. The Tax Code of Ukraine 2755-VI of 2 December 2010 [online] Verkhovna Rada of Ukraine. Available at: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2755-17><http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> [Accessed 1 March 2018].
15. Prykaziuk, N. 2017. *Insurance system of Ukraine: theory, methodology, practice*. Kyiv: Lohos, 611 pp.
16. Maiburov, I., Ivanov, Y. 2011. *Reforming of tax systems: theory, methodology and practice*. Kyiv: Kondor, 352 pp.
17. Sidelnykova, L., Kostina, N. 2012. *Tax System*. Kyiv: Lira, 576 pp.
18. Sokolovska, A. 2004. *State Tax System: Theory and practice of formation*. Kyiv: Znannia-Pres, 454 pp.
19. Shvabii, K. 2012. Directions of the tax system reformation in the conditions of post-crisis Ukraine's economy recovery. *Finance of Ukraine*, vol. 11, pp. 52-58.

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2018; 2(197): 12-19

УДК 331.1; 334

JEL classification: D 630; H 100

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2018/197-2/2>

Н. Гражевська, д-р екон. наук, проф.

ORCID iD 0000-0003-2549-8055

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ,

А. Мостепанюк, канд. екон. наук, доц.

ORCID iD 0000-0001-5327-2534

Гірне Американський університет (GAU), Турецька Республіка Північного Кіпру

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ЧИННИК НАГРОМАДЖЕННЯ НОВІТНІХ ФОРМ КАПІТАЛУ В СУЧАСНІЙ РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

Висвітлено роль і значення корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) як важливого чинника нагромадження інтелектуального, соціального, репутаційного та культурного капіталів, що забезпечують підвищення глобальної конкурентоспроможності сучасних ринкових економік. Проаналізовано світовий досвід розвитку КСВ у контексті зростання рівня довіри в суспільстві, акумулювання та ефективного реалізації соціального капіталу. Висвітлено особливості розвитку КСВ в Україні та обґрунтовано пріоритетні заходи держави щодо стимулювання соціальної відповідальності бізнесу як фактора накопичення новітніх форм капіталу з метою інноваційної модернізації національної економіки.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність; новітні форми капіталу; інтелектуальний капітал; соціальний капітал; репутаційний капітал; культурний капітал.

Вступ. Перехід до інформаційної економіки та вичерпання традиційних джерел економічного зростання привертають увагу дослідників до проблем диверсифікації капіталу, зростання ролі та значення його новітніх форм, а саме: людського, інтелектуального, соціального, репутаційного, культурного капіталів, які визначають специфіку й перспективи розвитку людської цивілізації у XXI ст. [1, с. 16]. Це підтверджує практика господарського розвитку успішних країн, у структурі національного багатства яких нематеріальні активи посідають переважуючу частку. Так, за розрахунками фахівців Світового банку, частка соціального капіталу в різних його проявах становить 60–80 % національного багатства розвинених країн світу, що забезпечує та підтримує їхню глобальну конкурентоспроможність, сприяє їх економічній стійкості, постійному підвищенню рівня та якості життя населення [2].

Важливим джерелом нагромадження й реалізації новітніх форм капіталу є корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) як ініціатива приватного бізнесу, спрямована на вирішення нагальних суспільних про-

блем. Ідеться про забезпечення населення суспільними благами, які держава неспроможна надати в повному обсязі, боротьбу із дискримінацією та соціальною нерівністю, захист прав людей, підвищення якості життя працівників та їхніх сімей, місцевих громад і суспільства в цілому. Загально визнано, що розвиток СКВ сприяє налагодженню соціальних зв'язків та професійних мереж, підвищує рівень довіри до компаній та їх співробітників, а в подальшому також і до державного сектору, який мотивує та заохочує приватний сектор бути соціально відповідальним. Показовим у цьому плані є той факт, що керівництво найбільшого за кількістю працівників і сумою активів фінансового конгломерату Німеччини Дойче Банку трактує корпоративну відповідальність не як благодійність, а як свій внесок у суспільний розвиток та своє власне майбутнє, акцентуючи увагу на тому, що його мета "як компанії високої соціальної відповідальності – створити соціальний капітал" [3].

Відтак дослідження корпоративної соціальної відповідальності як важливого чинника нагромадження новітніх форм капіталу в сучасній ринковій економіці є на-

гальним завданням економічної теорії та господарської практики. Ці проблеми є надзвичайно актуальними для України, зважаючи на необхідність її посткризової модернізації та успішної інтеграції до глобального світогосподарського середовища. За умов, коли держава не в змозі в повному обсязі забезпечити реалізацію цілей сталого розвитку, підтримка ініціатив приватного сектору щодо нагромадження та ефективного реалізації інтелектуального, соціального й репутаційного капіталів постає важливим чинником підвищення конкурентоспроможності національної економіки та зростання добробуту населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика розвитку капіталу та диверсифікації його форм у сучасній ринковій економіці присвячені праці багатьох зарубіжних і вітчизняних дослідників. Як відомо, дослідження інтелектуального капіталу було започатковано відомими західними вченими Дж. Гелбрейтом, Л. Едвінссоном, М. Мелуном, Е. Брукінг, які трактували його як сукупність нематеріальних (інтелектуальних) активів, що підсилюють конкурентоспроможність та продуктивність компанії, інтегруючи в собі структурний (інфраструктурний) та людський капітали [4].

Першопрохідцями у сфері дослідження соціального капіталу були П. Бурдьє, Дж. С. Колмен, Р. Патнам, Дж. Тернер, Ф. Фукуяма та інші відомі вчені. Так, П. Бурдьє запровадив цей термін для позначення соціальних зв'язків, які можуть бути ресурсом для отримання вигод [5]. Дж. Тернер трактував соціальний капітал як сили, що збільшують потенціал економічного розвитку суспільства шляхом створення та підтримання соціальних зв'язків і моделей соціальних організацій [6, с. 106]. Ф. Фукуяма пов'язував соціальний капітал з нормами і очікуваннями, а також довірою між окремими індивідами і в суспільстві в цілому. На думку дослідника, нагромадження та реалізації соціального капіталу є важливим чинником забезпечення ефективною економічною діяльністю на рівні громад, а також окремих етнічних і соціальних груп [7, с. 172]. Співзвучною такому підходу є позиція Р. Патнама, який визначав як складові соціального капіталу громадянську активність, довіру та норми взаємодії. Учений звертає увагу на те, що, тривала належність до певної соціальної групи зобов'язує її учасників наслідувати норми взаємодії та забезпечувати своєю поведінкою довірчі відносини, що склалися серед учасників. При цьому суспільство, засноване на загальній взаємодії, набагато результативніше, ніж суспільство, в якому панує недовіра [8, 9].

Сучасне бачення проблем нагромадження та ефективного реалізації репутаційного й культурного капіталів соціально-відповідальним бізнесом знайшло відображення у працях П. Бурдьє, Ж.-П. Бодуана, К. Ваддінгтона, Г. Даулінга, С. К. Джонсона, П. Дойля. На думку цих учених, репутаційний капітал формується фірмою, яка виробляє продукт певної якості, що користується попитом на ринку не тільки в силу корисності самого продукту, але й в результаті довіри до фірми-виробника. Ідеться про специфічний нематеріальний актив, що постає як результат визнання іміджу та репутації фірми, її соціальної відповідальності й виявляється у відносинах споживчої лояльності та внутрішньофірмових взаємодіях персоналу. При цьому нагромадження репутаційного капіталу є важливим чинником зміцнення глобальної конкурентоспроможності фірм, галузей та національної економіки в цілому [10, 11, 12, 13]. Щодо феномена культурного капіталу, то П. Бурдьє трактував його як знання, здатності, вміння й навички людини, сформовані у процесі її соціалізації, які можуть бути використані для досягнення цілей і статусів у різних сферах

суспільного життя, у т. ч. забезпечення добробуту індивідів, сімей, організацій та суспільства в цілому [14].

Досліджуючи вплив новітніх форм капіталу на соціально-економічний розвиток, сучасні науковці звертають увагу на таке:

- усі ці форми капіталу тісно пов'язані між собою, акумулюються та реалізуються на основі розвитку мережних взаємодій. На думку П. Бурдьє, залежно від сфери функціонування, капітал постає у трьох основних іпостасях, а саме: економічного капіталу, який безпосередньо і прямо конвертується у гроші та інституціоналізується у формі прав власності; культурного капіталу, який за певних умов конвертується в економічний капітал і може бути інституціоналізований у формі освітніх кваліфікацій; соціального капіталу, утвореного соціальними зв'язками (зв'язками), який за певних умов конвертується в економічний капітал. Зазначаючи, що соціальний капітал не зводиться до економічного і культурного капіталів того чи іншого конкретного агента або навіть групи пов'язаних з ним агентів, учений стверджує, що він ніколи не залишається повністю незалежним від цих форм капіталу [14];

- нагромадження та ефективне використання новітніх форм капіталу сприяє зниженню транзакційних витрат, формуванню позитивного іміджу та підвищенню репутації компанії, зміцненню колективних дій, досягненню економії від масштабу, зменшенню ризиків та невизначеності, поширенню передового досвіду, підвищенню ефективності командної роботи, зменшенню вірогідності рентоорієнтованої поведінки та зростанню рівня довіри в суспільстві [15, 16, 17];

- реалізація позитивної ролі новітніх форм капіталу в розвитку економіки та суспільства можлива за умов детінізації економіки, зміцнення конкурентних відносин у всіх сферах суспільної життєдіяльності, утвердження принципів демократії, забезпечення відносної рівності громадян, низького рівня контролю та невідчуження людей за їхніми індивідуальними особливостями [16, 18, 19].

Таким чином, у сучасній науковій літературі приділяється значна увага проблемам формування, розвитку та використання інтелектуального, соціального, репутаційного й культурного капіталів. Однак, незважаючи на значну кількість ґрунтовних теоретичних досліджень у цій царині, усе ще недостатньо розробленими залишаються проблеми впливу корпоративної соціальної відповідальності на формування і розвиток новітніх форм капіталу в ринковій економіці, що і визначило **мету пропонованого дослідження.**

Методологія дослідження. На початку статті обґрунтовується роль та значення КСВ як важливого чинника нагромадження інтелектуального, соціального, репутаційного та культурного капіталів. Значна увага приділяється аналізу світового досвіду розвитку КСВ у контексті зростання рівня довіри в суспільстві, акумулювання та ефективного реалізації соціального капіталу. Компаративний аналіз практики розвитку КСВ у розвинутих країнах світу та в Україні завершується висвітленням особливостей розвитку соціально-відповідального бізнесу в національній економіці та обґрунтуванням пріоритетних заходів держави в цій сфері. Обмеженнями у пропонованому дослідженні є неповнота статистичних баз, а також відсутність загальноновизначених підходів та методів оцінювання новітніх форм капіталу в сучасній ринковій економіці.

Результати. Загальноновизнаною нині є тенденція виходу багатьох важливих інституцій та організацій ринкової економіки за межі своїх традиційних функцій як реакція на загострення глобальних кризових викликів і потрясінь. Прикладом таких трансформацій є переоріє-

нтація підприємців із реалізації цілей, пов'язаних виключно з максимізацією прибутку, на задоволення багатьох суспільно важливих потреб, підтримку прозорих механізмів ведення бізнесу, боротьбу з корупцією та лобіюванням, захист прав працівників, споживачів, поставальників, партнерів, акціонерів, представників місцевого населення, а також дотримання екологічних та етичних стандартів ведення підприємницької діяльності [20]. Зазначені додаткові функції бізнесу проявляються у формі КСВ, а саме: добровільних зобов'язань компанії проводити таку політику, ухвалювати такі рішення й наслідувати такі напрями діяльності, які є бажаними та цінними для суспільства в цілому [21], або як відповідальність особи, яка вирішує спрямовувати свою діяльність на задоволення власних інтересів, а також на забезпечення та примноження суспільного багатства [22].

Зауважимо, що розвиток КСВ за сучасних умов перетворюється на провідний чинник нагромадження та ефективної реалізації новітніх форм капіталу, а саме: покращення якісних характеристик робочої сили, трансформації кваліфікаційних характеристик робочих місць (заміна вимог "кваліфікації" вимогами "компетентності"), розширення горизонтів професійного та особистісного зростання, зміцнення соціальних взаємодій, формування привабливого іміджу виробників, які інформують споживачів щодо можливих негативних характеристик своєї продукції, приділяють значну увагу вирішенню екологічних проблем, дотримуються етичних та прозорих механізмів ведення бізнесу, забезпечують і захищають права людини, на практиці реалізують принципи рівності та справедливості, підтримують вразливі верстви населення, запобігають проявам дискримінації тощо. Вибудовування таких відносин зміцнює довіру між людьми у професійних мережах, учасники яких взаємодіють на основі узгоджених норм та досягають індивідуальних переваг у формі доступу до певних ресурсів або інформації. Це також сприяє зростанню довіри населення до держави, яка підтримує прийняття рішень приватними компаніями з урахуванням нагальних соці-

альних проблем, стимулює такі дії наданням податкових або інших пільг та переваг, забезпечуючи таким чином захищеність прав і свобод громадян.

Зазначені процеси сприяють формуванню нових соціально-трудова відносин, учасниками яких є наймані працівники як власники інтелектуального та соціального капіталів. Корпоративні форми використання останніх сприяють зміцненню репутаційного капіталу, який набуває важливої культурної та соціальної значущості для суспільства. Підтвердженням цьому є дослідження Reputation Institute, відповідно до якого 73 % зі опитаних 55 тис. споживачів у 15-ти країнах на чотирьох континентах світу готові придбати та рекомендувати іншим продукцію компаній, що мають високий рівень КСВ. При цьому не лише споживачі, але й інвестори беруть до уваги зазначену характеристику бізнесу. За оцінками Reputation Institute, при проведенні IPO хороша репутація, запорукою якої є КСВ, збільшує капіталізацію компанії на 20 %. Водночас, за даними Бостонської дослідницької компанії MSCI, у соціально активних компаній обсяг продажу на 3 %, активів – на 4 %, а капіталу – на 10 % перевищує відповідні показники компаній-аутсайдерів у сфері КСВ [23].

Позитивний вплив запровадження принципів КСВ на рівень нагромадження соціального капіталу підтверджує досвід країн із найвищим рівнем суспільної довіри. Індія, для якої цей показник становить 72 %, КНР (67 %) та США (52 %) є визнаними лідерами у сфері застосування практик КСВ відповідно до рейтингу, опублікованого світовою організацією "Журнал корпоративної відповідальності". Як відомо, у цьому рейтингу діяльність провідних компаній світу оцінюється за такими напрямками: 1) захист навколишнього середовища; 2) запобігання змінам клімату; 3) відносини між найманими працівниками; 4) захист прав людини; 5) корпоративне управління; 6) фінансові результати; 7) філантропія та підтримка місцевого населення. За результатами рейтингування 2017 р. 9 із 10 лідерів у сфері КСВ – американські компанії (табл. 1).

Таблиця 1. Топ-10 соціально відповідальних компаній, 2017 р.

Рейтинг	Компанія	Країна	Зважена середня оцінка
1	Hasbro, Inc.	США	15,14
2	Intel Corp.	США	22,90
3	Microsoft Corp.	США	24,97
4	Altria Group Inc.	США	42,79
5	Campbell Soup Co.	США	45,08
6	Cisco Systems, Inc.	США	47,94
7	Accenture plc	Ірландія	48,19
8	Hormel Foods Corp.	США	51,62
9	Lockheed Martin Corp.	США	52,38
10	Ecolab, Inc.	США	56,20

Джерело: [24].

Зауважимо, що у США держава не регламентує на законодавчому рівні відносини із приватним сектором у сфері СКВ. Рішення щодо участі в соціальних проектах повною мірою залежить від стратегії тієї чи іншої фірми. При цьому значна кількість американських компаній активно упроваджує принципи КСВ у свою діяльність, оскільки такі дії підвищують їхню "привабливість" в очах громадськості, акумулюють інтелектуальний, соціальний та репутаційний капітал, що сприяє підвищенню їхньої глобальної конкурентоспроможності. Незважаючи на те, що конкретні форми КСВ у США різняться між собою, основні напрями діяльності приватного бізнесу в

цій сфері пов'язані із захистом прав працівників та споживачів, фінансуванням освітніх і спортивних заходів, збереженням навколишнього середовища. Наприклад, пріоритетними напрямками КСВ американської транснаціональної компанії Cisco, що розробляє та продає мережеве обладнання, є волонтерська діяльність співробітників, освітні заходи, зменшення шкідливих викидів у навколишнє середовище, перехід на відновлювальні джерела енергії (табл. 2). Водночас держава стимулює активну участь бізнесу в соціальних проектах шляхом надання таким компаніям податкових пільг та субсидій [34, 35, 36].

Таблиця 2. Пріоритетні форми КСВ компанії Cisco у період 2014–2016 рр.

Форми КСВ	2014	2015	2016
Волонтерська діяльність співробітників, год	136 000	155 600	187 100
Фінансування освітніх грантів, млн дол	275	286	309
Зменшення викидів, т	547 302	362 798	297 678
Використання електроенергії із відновлюваних джерел, % прогресу в досягненні цілі	37,1	71,9	77,1

Джерело: [37].

Щодо практики реалізації принципів корпоративної соціальної відповідальності в Індії, то слід зазначити, що в цій країні у 2014 р. набув чинності закон щодо обов'язкового відрахування як мінімум 2 % чистого прибутку великих компаній (що перевищує в середньому за три роки 50 млн рупій або приблизно 816 тис. дол США) на проекти КСВ. Останні, як правило, спрямовані на боротьбу із голодом, бідністю і недоспоживанням, підтримку освіти, спорту та здоров'я вразливих верств населення, захист довкілля та національної спадщини. У результаті запровадження обов'язкового фінансування проектів КСВ у Індії загальна сума відрахувань на благодійність збільшилась із 33,67 млн рупій у 2013 р. до 250 млн рупій у 2014 р. Важливим кроком на цьому шляху стало запровадження у 2015 р. фондовою біржею Індії вимог до компаній, що на ній працюють, звітувати про свою соціальну відповідальність. При цьому в 2017 р. у країні був оприлюднений Комплексний звіт щодо активності індійських компаній у сфері КСВ [25–28].

У Китаї принципи КСВ також закріплені на законодавчому рівні, але без визначення обсягів відрахувань компаній на благодійні проекти. Стаття 5 Закону "Про підприємство", прийнятого у 2006 р., зобов'язує державні компанії "брати на себе соціальну відповідальність". При цьому приватні компанії намагаються наслідувати цю практику, щоб мати хорошу репутацію в очах представників державних і громадських організацій. На думку сучасних дослідників, зародженню та широкому розповсюдженню принципів КСВ у Китаї сприяли як зовнішні, так і внутрішні чинники, а саме: перетворення країни на одного із найбільших поставальників продукції на глобальних ринках, що загостило конкуренцію із потужними західними компаніями, які широко використовують принципи КСВ; необхідність врахування потреб споживачів, які надають перевагу продукції компаній, що декларують та активно беруть участь у проектах КСВ; залучення до міжнародного інституційного середовища, яке унормовує участь іноземних компаній у проектах КСВ та звітування щодо результатів їх реалізації; загострення глобальних, зокрема екологічних проблем [29–32]. Зазначимо, що на сьогодні Індія та Китай перебувають на стадії активного розвитку й реалізації принципів КСВ у діяльності компаній. Відповідно до Бази звітів щодо реалізованих проектів КСВ у 2016 р., опублікованої не-

урядовою організацією Global Reporting Initiative, такі звіти подали 618 китайських компаній порівняно із 368 компаніями у 2015 р. та 146 індійських компаній порівняно із 96 компаніями у 2015 р. [33].

Цікавим у цьому контексті є досвід європейських владних організацій, які нині в питаннях КСВ балансують між добровільністю і регулюванням. Підтвердженням цьому є директива 2014/95/EU, яка набула чинності у 2015 р., зобов'язавши всі держави-члени ЄС ввести в дію закони, нормативні акти та адміністративні положення, які містять вимогу до компаній включати у звітність екологічні аспекти діяльності, питання поваги до прав людини, заходи боротьби з корупцією і хабарництвом. Зазначені вимоги стають обов'язковими, починаючи із 2017 р. та стосуються великих компаній, що налічують більше 500 співробітників [38].

Проблеми розвитку соціально відповідального бізнесу як чинника нагромадження та реалізації новітніх форм капіталу є надзвичайно актуальним на сучасному етапі модернізації економіки України. Згідно з численними соціологічними дослідженнями, у країні спостерігається стійка тенденція до деградації людського й інтелектуального капіталів, зменшення соціального капіталу, формування культури недовіри та зневіри. За даними Центру "Соціального моніторинг", традиційним для українського соціуму є переважання негативних очікувань і низького рівня довіри до більшості інститутів, що демонструє загалом скептичні настрої щодо оцінки ефективності роботи органів державної влади та упроваджуваних ринкових реформ [39]. Результати моніторингового опитування громадської думки "Омнібус", проведеного Київським міжнародним інститутом соціології у 2016 р., засвідчили, що найбільшою довірою серед українців користуються церква, волонтери та збройні сили України, а найменшою – уряд і Верховна рада, яким довіряє менше 10 % опитуваних [40]. При цьому за період 2015–2016 рр. рівень довіри українців до соціальних інституцій продовжував знижуватись (рис. 1). Щодо рівня споживчої довіри в національній економіці, то за даними дослідницької компанії Gfk, відповідний індекс (Consumer Confidence Index) в Україні у 2017 р. коливався у межах 53,7–60,3 пункти (рис. 2).

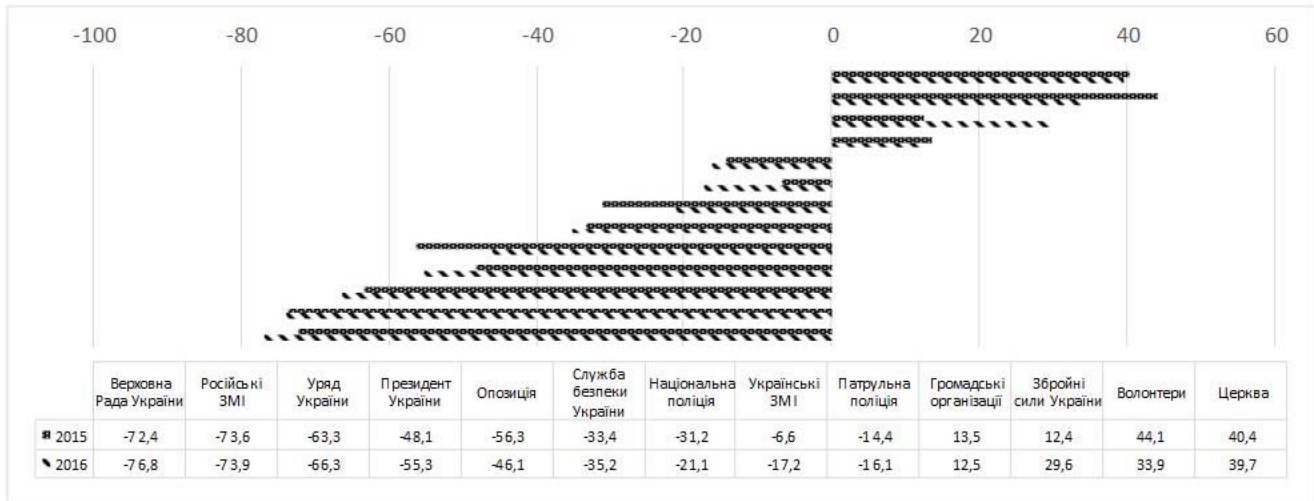


Рис. 1. Динаміка зміни довіри (недовіри) громадян України до соціальних інституцій у період 2015–2016 рр., % опитаних

Джерело: [40].

У зв'язку із цим зауважимо, що втрата соціального капіталу та тотальна недовіра, яка панує в українському суспільстві, суттєво збільшують транзакційні витрати, звужують коло господарських зв'язків, посилюють монополізацію економіки, гальмують проведення дієвих соціально-економічних реформ і створюють несприятливий соціальний клімат для прийняття й реалізації важливих політико-економічних рішень. При цьому розвиток СКВ у підприємницькому секторі національної економіки, попри певні позитивні тенденції, характеризуються спорадичністю та безсистемністю, нерациональним і недоцільним стосовно логіки бізнесу та суспільного запиту, вибором напрямів соціального інвестування, відсутністю ефективних механізмів контролю та управління відповідними фінансовими потоками. Як відомо, Україна приєдналася до Глобального договору ООН, що сприяє соціальній відповідальності бізнесу, у

2006 р. У 2007 р. ініціативу ООН підтримали 85 українських компаній. Однак у 2013 р. Глобальний договір повідомив про виключення чотирьох українських компаній із лав ініціативи, оскільки вони відмовились звітувати про свою соціальну відповідальність протягом двох років поспіль. Станом на 16.07.2016 р. від України зареєстровано 266 учасників Глобального договору ООН. При цьому серед організацій, які демонструють відданість міжнародним принципам соціальної відповідальності, великі, середні та малі компанії становлять меншість – 28,6 %. Відповідно до даних, поданих на офіційному сайті "Глобал компакт" ООН, нині серед учасників договору є 60 українських представників, із яких 19 – великі компанії, 16 – середні та малі, 14 – громадські організації, п'ять – бізнес-асоціації, три – освітні заклади, два міста та одна профспілкова організація [42].

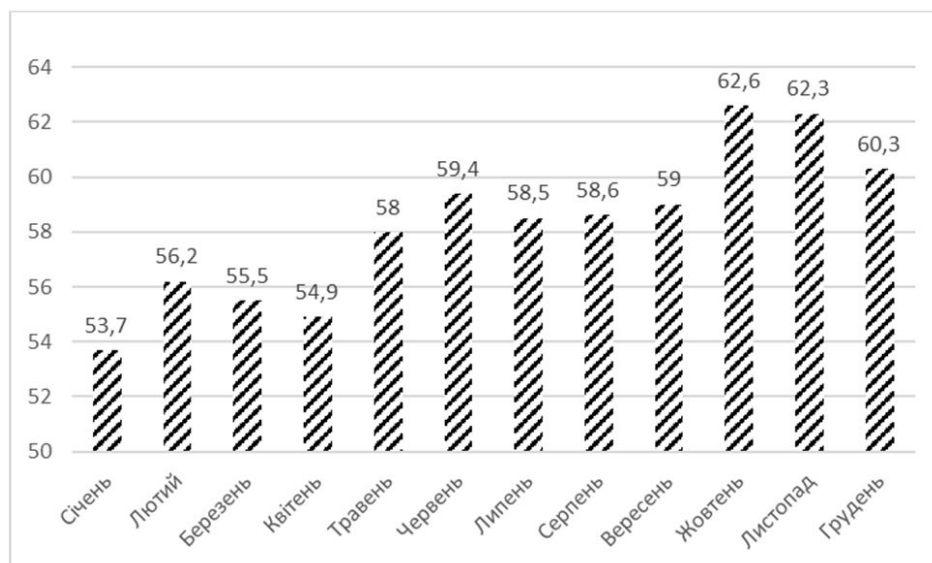


Рис. 2. Динаміка Індексу споживчої довіри в Україні в 2017 р.

Джерело: [41].

Висновки та дискусія. Таким чином, в умовах глобалізації економічного розвитку, посилення конкурентної боротьби й загострення глобальних проблем актуальним завданням інноваційної модернізації ринкових економік є нагромадження та ефективна реалізація новітніх форм капіталу. Дієвим механізмом його вирішення є розвиток КСВ. Підтвердженням цього є успішна практика розвинених країн світу, зорієнтованих на реалізацію цілей сталого розвитку, зміцнення суспільної довіри та взаємодопомоги, формування позитивного іміджу фірм з метою здобуття глобальних конкурентних переваг та підвищення суспільного добробуту.

Попри певні здобутки у сфері розвитку корпоративної соціальної відповідальності, в Україні не сформована цілісна законодавча база КСВ, не розроблені методики оцінювання її ефективності, спостерігається слабка суспільна підтримка КСВ, недовіра до великих вітчизняних компаній, переважання неформальних практик взаємодії держави та бізнесу над формальними. У цьому контексті реалізація потенціалу корпоративної соціальної відповідальності як дієвого механізму нагромадження новітніх форм капіталу в Україні актуалізують необхідність запровадження дієвих заходів у цій сфері, а саме:

- інституційно-організаційного впорядкування практики КСВ;
- забезпечення відкритості та прозорості взаємодій приватного бізнесу й держави;
- активного запровадження принципів КСВ у роботу державних підприємств;
- державного заохочення приватного бізнесу до реалізації КСВ шляхом надання податкових пільг і переваг;
- кредитування та мікрофінансування соціальних підприємств і компаній, надання їм регіональних преференцій;
- інформаційної підтримки розвитку КСВ, зокрема, сприяння підвищенню іміджу компаній, які дотримуються відповідних принципів;
- позиціонування КСВ як глобальної конкурентної переваги вітчизняного бізнесу в глобальній середовищі;
- популяризації принципів корпоративної соціальної відповідальності, поширення ідей КСВ серед працівників, споживачів, населення в цілому;
- поглиблення співпраці бізнесу, університетів та науково-дослідних інституцій щодо адаптації кращих міжнародних практик та підготовки кадрів у сфері КСВ.

Список використаних джерел:

1. Базилевич В. Д. Людиноцентричність парадигмальних зрушень в економічній теорії XXI ст. // Парадигмальні зрушення в економічній теорії XXI ст.: Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. – К.: ВПЦ "Київський університет", 2017. – С. 15–20.
2. Scrivens K., Smith C. Four Interpretations of Social Capital: An Agenda for Measurement [Електронний ресурс] // OECD Statistics Working Papers. – 2013. – № 6. – Режим доступу: <http://dx.doi.org/10.1787/5jzbcx010wmt-en>.
3. Дойче Банк. Звіт з корпоративної відповідальності за 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.db.com/russia/ru/content/755.htm>.
4. Edvinsson L. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower / L. Edvinsson, M. S. Malone. – New York: Harper Business, 1997.
5. Bourdieu P. The Forms of Capital / P. Bourdieu // Handbook of Theory and Research for Sociology of Education. – New York, 1986.
6. Turner J. Social Capital: A Multifaceted Perspective / J. Turner. – Washington, 2000.
7. Fukuyama F. Social Capital and Civil Society / F. Fukuyama. – The Institute of Public Policy George Mason University, Oct. 1999.
8. Putnam R. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy / R. Putnam. – New Jersey: Princeton University Press, 1993.
9. Putnam R. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community / R. Putnam. – New York, 2000.
10. Fombrun C. What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy / C. Fombrun, M. Shanley // Academy of Management Journal. – 1990. – № 33. – P. 233–256.

11. Roberts P. Corporate Reputation and Sustained Superior Profitability / P. Roberts, G. Dowling // Working Paper, Australian Graduate School of Management. – 1997.

12. Fombrun C. The value to be found in corporate reputation / C. Fombrun // Mastering Management 2.0. – London: Pearson Education, 2001.

13. Fombrun C. Fame and fortune: how successful companies build winning reputations / C. Fombrun, V. Riel. – NJ: Financial Times/Prentice Hall, 2003.

14. Bourdieu P. The Forms of Capital / P. Bourdieu // Handbook of Theory and Research for Sociology of Education. – New York, 1986.

15. Staveren I., Knorringa P. Unpacking social capital in Economic Development: How social relations matter // Review of Social Economy. – 2007. – Vol. 65. – № 1. – P. 107–135. DOI: 10.1080/00346760601132147.

16. Field J. Social Capital / J. Field. – London: Routledge, 2003.

17. Fine B. Social Capital Versus Social Theory Political Economy and Social Science at the Turn of the Millennium / B. Fine. – London: Routledge, 2001.

18. Taylor M. Embedded Enterprise and Social Capital / M. Taylor, S. Leonard // International Perspectives. – Aldershot: Ashgate, 2002.

19. Dolfsma W. Globalization, Social Capital and Inequality / W. Dolfsma, C. Dannreuther. – Cheltenham: Edward Elgar, 2003.

20. Kanji G. K. Corporate social responsibility in a global economy / G. K. Kanji, P. K. Chopra // Total Quality Management & Business Excellence – 2010. – Vol. 21. – № 2. – P. 119–143. DOI: 10.1080/14783360903549808.

21. Bowen H. R. Social responsibility of the businessman / H. R. Bowen. – New York: Harper & Row, 1953.

22. Davis K. Business and Society / K. Davis, R. L. Blomstrom. – New York: McGraw-Hill, 1975.

23. Снежко Е. Корпоративная социальная ответственность как неотъемлемая часть ведения бизнеса [Електронний ресурс] / Е. Снежко // Капитал. – Режим доступу: <http://www.capital.ua/ru/publication/23871-dlya-ukrainskogo-biznesa-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-v-osobennosti-kak-sostavnaya-bole-masshtabnogo-yavleniya-ustoychivogo-razvitiya-sustainable-development-do-sikh-por-neredko-vospriimaetsya-kak-zagranichnaya-dikovinka-i-dazhe-krupnymi#ixzz55W6hA1Rg>.

24. CR's 100 Best Corporate Citizens [Електронний ресурс] // CR Magazine. – 2017. – March/April – Режим доступу: http://www.thecro.com/wp-content/uploads/2017/05/CR_100Bestpages_digitalR.pdf.

25. Banerjee J. India Mandates Corporate Social Responsibility: The 2 Percent Bill [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://archive.gbchealth.org/asset/india-mandates-corporate-social-responsibility-the-2-percent-bill>.

26. Hiralal M. India: Corporate Social Responsibility – Indian Companies Act 2013 [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mondaq.com/india/x/366528/Corporate+Governance/Corporate+Social+Responsibility+Indian+Companies+Act+2013>.

27. Ohlrich N. Mandatory Corporate Social Responsibility in India: How Is It Working? / N. Ohlrich // Nonprofit Quarterly. – 2017. – February [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nonprofitquarterly.org/2017/02/17/mandatory-corporate-social-responsibility-india-working/>

28. Balch O. Indian law requires companies to give 2% of profits to charity. Is it working? / O. Balch // The Guardian [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2016/apr/05/india-csr-law-requires-companies-profits-to-charity-is-it-working>.

29. De Cremer D. Corporate Social Responsibility (CSR) In China: Huawei as a Case Study / D. De Cremer // The European Business Review – 2016. – August. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.europeanbusinessreview.com/corporate-social-responsibility-csr-in-china-huawei-as-a-case-study/>

30. Yuan R. From CSR to Business Sustainability in China / R. Yuan // AmChamChina. – 2017. – January. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.amchamchina.org/news/from-csr-to-business-sustainability-in-china>.

31. Liu M. Is corporate social responsibility China's secret weapon? / M. Liu // World Economic Forum. – 2015. – March [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.weforum.org/agenda/2015/03/is-corporate-social-responsibility-chinas-secret-weapon/>

32. Lin L. Corporate Social Responsibility in China: Window Dressing or Structural Change / L. Lin // Berkeley Journal of International Law – 2010. – Vol. 28. – № 1. – P. 64–100 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://scholarship.law.berkeley.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1377&context=bjil>.

33. Sustainability Disclosure Database [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://database.globalreporting.org/search/>

34. Barnett T. Corporate Social Responsibility / T. Barnett [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.referenceforbusiness.com/management/Comp-De/Corporate-Social-Responsibility.html>.

35. Runde D.F. The Evolution of Corporate Social Responsibility / D. F. Runde // Center for Strategic and International Studies – 2011. – March [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.csis.org/analysis/evolution-corporate-social-responsibility>.

36. Hohnen P. Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business / P. Hohnen // International Institute for Sustainable Development – 2007 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iisd.org/pdf/2007/csr_guide.pdf.

37. Cisco. Corporate Social Responsibility 2016 Report / Cisco [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.cisco.com/c/dam/assets/csr/pdf/CSR-Report-2016.pdf>.

38. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council // Official Journal of the European Union. – 2014. – 15 November

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/95/oj>.

39. Соціологічні зрізи українського суспільства (моніторинг соціально-економічних очікувань населення: 2005–2014 рр.): наук. доп. / О. М. Балакірева, Ю. В. Середа, Д. А. Дмитрук та ін.; НАН України; ДУ "Ін-т екон. та прогнозів. НАН України". – К., 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ief.org.ua/docs/sr/286.pdf>. С. 11–19.

40. Зленко С. Прес-реліз "Довіра соціальним інституціям 2016" [Електронний ресурс] / Київський міжнародний інститут соціології. – Режим доступу: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=678&page=1>.

41. Ukraine Consumer Confidence // Trading Economics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://tradingeconomics.com/ukraine/consumer-confidence>.

42. Global Compact. Participants // United Nations [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants>

Received: 08/03/2018

1st Revision: 10/03/18

Accepted: 20/03/2018

Author's declaration on the sources of funding of research presented in the scientific article or of the preparation of the scientific article: budget of university's scientific project

Н. Гражевская, д-р экон. наук, проф.
 Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, Киев, Украина,
 А. Мостепанюк, канд. экон. наук, доц.
 Гирне Американский университет, Турецкая Республика Северного Кипра

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

КАК ФАКТОР НАКОПЛЕНИЯ НОВЕЙШИХ ФОРМ КАПИТАЛА В СОВРЕМЕННОЙ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Раскрыты роль и значение корпоративной социальной ответственности (КСО) как важного фактора накопления интеллектуального, социального, репутационного и культурного капиталов, обеспечивающих повышение глобальной конкурентоспособности современных рыночных экономик. Проанализирован мировой опыт развития КСО в контексте роста уровня доверия в обществе, аккумуляции и эффективной реализации социального капитала. Освещены особенности развития КСО в Украине и обоснованы приоритетные меры государства по стимулированию социальной ответственности бизнеса как фактора накопления новейших форм капитала с целью инновационной модернизации национальной экономики.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность; новейшие формы капитала; интеллектуальный капитал; социальный капитал; репутационный капитал; культурный капитал.

N. Grazhevska, Doctor of Sciences (Economics), Professor
 Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine,
 A. Mostepaniuk, PhD in Economics, Associate Professor
 Girne American University, Turkish Republic of Northern Cyprus

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF ACCUMULATION OF NOVEL FORMS OF CAPITAL IN THE CONTEMPORARY MARKET ECONOMY

The role and importance of corporate social responsibility (CSR) is highlighted as an important factor of accumulation of intellectual, social, reputational and cultural capital, ensuring the global competitiveness of modern market economies. The world experience of CSR development in the context of increasing the level of trust in society, accumulation and effective implementation of social capital is analyzed. The peculiarities of CSR development in Ukraine are emphasized, and the state priority actions are grounded in order to promote social responsibility of the business as a factor of accumulation of new forms of capital, namely: institutionally-organizational arrangement of effective interaction of private business and state, state encouragement of private business to implement CSR by providing tax privileges and benefits, informational support for CSR development, promotion of corporate social responsibility principles, spreading the ideas of CSR among employees, customers, communities, deepening of business cooperation with universities and research institutions towards adapting international best practices and training in the field of CSR.

Keywords: corporate social responsibility; novel forms of capital; intellectual capital; social capital; reputation capital; cultural capital.

References (in Latin): Translation / Transliteration / Transcription

1. Bazylevych V.D., 2017. Manocentricity of paradigmatic shifts in the economic theory of the XXI century. Paradigm shifts in the economic theory of the twenty-first century, pp. 15-20.
2. Scrivens K., Smith C., 2013. Four Interpretations of Social Capital: An Agenda for Measurement. OECD Statistics Working Papers, 06. Available at: <http://dx.doi.org/10.1787/5jzbcx010wmt-en>.
3. Deutsche Bank, 2017. Corporate Responsibility Report 2016. Available at: <https://www.db.com/russia/ru/content/755.htm>.
4. Edvinsson L., Malone M.S., 1997. Intellectual Capital. Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower, New York: Harper Business.
5. Bourdieu P., 1986. The Forms of Capital. Handbook of Theory and Research for Sociology of Education, New York.
6. Turner J., 2000. Social Capital: A Multifaceted Perspective. Washington. p. 106.
7. Fukuyama F., 1999. Social Capital and Civil Society. The Institute of Public Policy George Mason University. p. 172.
8. Putnam, R., 1993. Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy. New Jersey: Princeton University Press.
9. Putnam R., 2000. Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. New York.
10. Fombrun C., Shanley M., 1990. What's in a Name? Reputation Building and Corporate Strategy. Academy of Management Journal, 33, p. 233-256.
11. Roberts P., Dowling G., 1997. Corporate Reputation and Sustained Superior Profitability. Working Paper. Australian Graduate School of Management.
12. Fombrun C., 2001. The value to be found in corporate reputation. Mastering Management 2.0. London: Pearson Education.
13. Fombrun C., Riel V., 2003. Fame and fortune: how successful companies build winning reputations. NJ: Financial Times/Prentice Hall.
14. Bourdieu P., 1986. The Forms of Capital. Handbook of Theory and Research for Sociology of Education. New York.
15. Staveren I., Knorringer P., 2007. Unpacking social capital in Economic Development: How social relations matter. Review of Social Economy, 65 (1), p. 107-135, DOI: 10.1080/00346760601132147
16. Field J., 2003. Social Capital. London: Routledge.
17. Fine B., 2001. Social Capital Versus Social Theory Political Economy and Social Science at the Turn of the Millennium. London: Routledge.
18. Taylor M., Leonard S., 2002. Embedded Enterprise and Social Capital. International Perspectives. Aldershot: Ashgate.
19. Dolsma W., Dannreuther C., 2003. Globalization, Social Capital and Inequality. Cheltenham: Edward Elgar.
20. Kanji G. K., Chopra P. K., 2010. Corporate social responsibility in a global economy. Total Quality Management & Business Excellence, 21 (2), p. 119-143, DOI: 10.1080/14783360903549808
21. Bowen H. R., 1953. Social responsibility of the businessman. New York: Harper & Row.
22. Davis K., Blomstrom R. L., 1975. Business and Society. New York: McGraw-Hill.
23. Snezhko E., 2018. Corporate social responsibility as an integral part of doing business. Capital. URL: <http://www.capital.ua/ru/publication/23871-dlya-ukrainskogo-biznesa-korporativnaya-sotsialnaya-otvetstvennost-v-osobnosti-kak-sostavnaya-boleee-masshtabnogo-yavleniya-ustoychivogo-razvitiya-sustainable-development-do-sikh-por-neredko-vosprinimaetsya-kak-zagranichnaya-dikovinka-i-dazhe-krupnymi#ixzz55W6hA1Rg>.

24. CR's 100 Best Corporate Citizens, 2017. CR Magazine. URL: http://www.thecro.com/wp-content/uploads/2017/05/CR_100Bestpages_digitalR.pdf.
25. Banerjee J., 2013. India Mandates Corporate Social Responsibility: The 2 Percent Bill. URL: <http://archive.gbchealth.org/asset/india-mandates-corporate-social-responsibility-the-2-percent-bill>.
26. Hiralal M., 2013. India: Corporate Social Responsibility. Indian Companies Act 2013. Available at: <http://www.mondaq.com/india/x/366528/Corporate+Governance/Corporate+Social+Responsibility+Indian+Companies+Act+2013>.
27. Ohlrich N., 2017. Mandatory Corporate Social Responsibility in India: How Is It Working? Nonprofit Quarterly, February. Available at: <https://nonprofitquarterly.org/2017/02/17/mandatory-corporate-social-responsibility-india-working/>
28. Balch O., 2016. Indian law requires companies to give 2% of profits to charity. Is it working? The Guardian. Available at: <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2016/apr/05/india-csr-law-requires-companies-profits-to-charity-is-it-working>
29. De Cremer D., 2016. Corporate Social Responsibility (CSR) In China: Huawei as a Case Study. The European Business Review, August. Available at: <http://www.europeanbusinessreview.com/corporate-social-responsibility-csr-in-china-huawei-as-a-case-study/>
30. Yuan R., 2017. From CSR to Business Sustainability in China. AmChamChina, January. Available at: <https://www.amchamchina.org/news/from-csr-to-business-sustainability-in-china>.
31. Liu M., 2015. Is corporate social responsibility China's secret weapon? World Economic Forum, March. Available at: <https://www.weforum.org/agenda/2015/03/is-corporate-social-responsibility-chinas-secret-weapon/>
32. Lin L., 2010. Corporate Social Responsibility in China: Window Dressing or Structural Change. Berkeley Journal of International Law, 28 (1), p. 64-100. URL: <http://scholarship.law.berkeley.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1377&context=bjil>.
33. Sustainability Disclosure Database, 2017. Available at: <http://database.globalreporting.org/search/>
34. Barnett T., 2018. Corporate Social Responsibility. Available at: <http://www.referenceforbusiness.com/management/Comp-De/Corporate-Social-Responsibility.html>.
35. Runde D.F., 2011. The Evolution of Corporate Social Responsibility. Center for Strategic and International Studies, March. Available at: <https://www.csis.org/analysis/evolution-corporate-social-responsibility>.
36. Hohnen P., 2007. Corporate Social Responsibility: An Implementation Guide for Business. International Institute for Sustainable Development. Available at: http://www.iisd.org/pdf/2007/csr_guide.pdf.
37. Cisco, 2017. Corporate Social Responsibility 2016 Report. Available at: <https://www.cisco.com/c/dam/assets/csr/pdf/CSR-Report-2016.pdf>.
38. Directive 2014/95/EU of the European Parliament and of the Council, 2014. Official Journal of the European Union, 15 November. Available at: <http://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2014/95/oj>.
39. Bakaliev O.M., 2015. Sociological sections of Ukrainian society, pp. 11-19. Available at: <http://ief.org.ua/docs/sr/286.pdf>.
40. Zlenko S., 2016. Trust in social institutions 2016. Available at: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=678&page=1>.
41. Ukraine Consumer Confidence, 2018. Trading Economics. Available at: <https://tradingeconomics.com/ukraine/consumer-confidence>.
42. Global Compact, 2018. Participants. Available at: <https://www.unglobalcompact.org/what-is-gc/participants>.

Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics, 2018; 2(197): 19-23

УДК 336.7; 336.5

JEL classification: G2

DOI: <https://doi.org/10.17721/1728-2667.2018/197-2/3>

Т. Затонацька, д-р екон. наук, доц.
ORCID iD 0000-0001-9197-0560
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ,
Г. Терещенко, канд. екон. наук, старш. наук. співроб.
ORCID iD 0000-0002-9458-2843
Інститут освітньої аналітики, Київ

КРЕДИТНИЙ МЕХАНІЗМ ФІНАНСУВАННЯ ЗДОБУТТЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Висвітлено проблеми фінансового забезпечення вищої освіти в Україні. Проаналізовано застосування кредитних механізмів фінансування здобуття вищої освіти в Україні, а також досліджено схеми кредитування у зарубіжних країнах. Зроблено висновки про необхідність подальшого розвитку кредитних механізмів фінансування здобуття вищої освіти, а також розроблено відповідні рекомендації щодо перспектив трансформації державних пільгових кредитів у кредити під гарантії уряду.

Ключові слова: кредит; кредитний механізм; фінансування вищої освіти.

Постановка проблеми. На сьогодні система вищої освіти в Україні відчуває дефіцит фінансових ресурсів для забезпечення ефективної роботи вищих навчальних закладів, передусім якісної підготовки фахівців для національної економіки. Брак бюджетних коштів для фінансування закладів освіти зумовлює необхідність пошуку нових механізмів фінансування. Варто зазначити, що проблема фінансування вищої освіти на сьогодні є однією із актуальних економічних проблем усіх країн світу. Одним із дієвих механізмів фінансування здобуття вищої освіти визначається кредит. Проте тривають дискусії серед науковців та практиків стосовно економічно обґрунтованих обсягів надання кредитів на освіту. Наприклад, у США представники різних партій (республіканці та демократи) дотримуються діаметрально протилежних точок зору щодо проблеми надання кредитів на здобуття вищої освіти. Зокрема, забезпечення сприятливих умов

прямого кредитування студентам зробили частиною своєї передвиборчої платформи демократи.

Фактична відсутність дієвого кредитного механізму фінансування здобуття вищої освіти в Україні актуалізують пошуки науково обґрунтованих шляхів розвитку освітнього кредиту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями розвитку механізмів фінансування вищої освіти, страхування та кредитування займалися провідні зарубіжні та вітчизняні науковці. Зарубіжні вчені Н. Барр [1], М. Блауг [2], Б. Вульф [3], Б. Чапмен [4] зробили вагомий внесок у наукове розв'язання проблем фінансового забезпечення вищої освіти, розглядаючи проблеми фінансування освіти як проблеми розвитку людського капіталу в контексті формування інноваційної моделі економіки. Також і вітчизняні вчені досліджували актуальні питання розвитку вищої освіти через різні механізми фінансування. Наприклад, у працях Т. Боголіб розг-