

*Д.В. РАЙКО***РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНОГО МАРКЕТИНГУ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ ТА ВИНЕКНЕННЯ ПРОФЕСІЙНОГО МАРКЕТИНГУ ОСОБИСТОСТІ**

Розкрито еволюцію поняття людського капіталу від початку політекономічних вчень і до наших днів. Позначено елементи людського капіталу та їх визначення різними вченими під впливом зміни та трансформації економічних та соціальних відносин. Вказано, що в умовах переходу від індустріальної до постіндустріальної економіки суттєво зросла роль соціальних чинників виробництва. Саме це поступово породило розробку теоретичних засад нематеріальних форм капіталу, серед яких людський, інтелектуальний, соціальний почали займати особливе місце. Визначено важливість і одночасно відсутність вирішення проблеми маркетингу особистості в економічній культурі сучасної України. Описано дилему віднесення людського капіталу до інтелектуального (нематеріального) та до матеріального, тобто такого, що є джерелом отримання доходів та формуванням статей видачків окремого індивіда чи компанії, в якій він працює. Також наголошено на повній відсутності поняття маркетингу та менеджменту працевлаштування, професійного зростання індивідуума, так званого особистісного маркетингу, адже ці поняття застосовуються на даний час або до окремого політичного діяча, або до дуже публічних осіб в сфері бізнесу, акторської майстерності, мистецтва. Описано проблему працевлаштування людей із вродженими обмеженими можливостями. Розкрито проблеми їх працевлаштування і проблеми ринку праці інвалідів. Виділено їх соціальну значущість в системі формування економічних відносин, побудови зв'язків на макрорівні та на мікрорівні. Описано поєднання інституту людського розвитку з можливостями людей з особливими потребами, які повинні розвиватися і формувати додатний національний продукт, брати участь у його нарощенні та розподілі. Щодо професійного маркетингу особистості, і тим більше, особистості з обмеженими можливостями відсутні будь-які напрацювання.

**Ключові слова:** розвиток; людський капітал; особа з інвалідністю; людський ресурс; суспільна діяльність; професійний рівень; професійний маркетинг; маркетинг особистості людей з інвалідністю; соціально-орієнтований маркетинг

*D. RAIKO***HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT OF PEOPLE WITH DISABILITIES**

The evolution of the concept of human capital from the beginning of political economic teachings to the present day is revealed. The elements of human capital and their definition by various scientists under the influence of change and transformation of economic and social relations are indicated. It is indicated that in the conditions of transition from industrial to post-industrial economy, the role of social factors of production has significantly increased. It was this that gradually gave rise to the development of the theoretical foundations of intangible forms of capital, among which human, intellectual, and social capital began to occupy a special place. The importance and, at the same time, lack of a solution to the problem of personality marketing in the economic culture of modern Ukraine is determined. The dilemma of assigning human capital to intellectual (intangible) and to material, i.e., that is the source of income and the formation of expenditure items of an individual or the company in which he works, is described. It is also emphasized the complete absence of the concept of marketing and employment management, professional growth of an individual, the so-called personal marketing, because these concepts are currently applied either to an individual political figure or to very public persons in the field of business, acting, and art. The problem of employment of people with congenital disabilities is described. Their classification and employment opportunities are disclosed. Their social significance in the system of forming economic relations, building connections at the macro-level and at the micro-level is highlighted. The combination of the institute of human development with the capabilities of people with special needs, who should develop and form the added national product, participate in its growth and distribution, is described. Regarding the professional marketing of an individual, and even more so, an individual with disabilities, there are no studies.

**Keywords:** development; human capital; a person with a disability; human resource; social activity; professional level; professional marketing; personality marketing of people with disabilities; socially oriented marketing

**Вступ.** Сучасні реалії України, яка перебуває в стані оборони від неоголошеного та необґрунтованого військово-територіального нападу росії, свідчать про те, що в майбутньому країна буде вважатися країною людей з інвалідністю. Люди з інвалідністю будуть як колишні військові, так і цивільні. І якщо військовим держава забезпечить гідний соціальний статус та дохід від втрати працездатності, то цивільні особи з особливими потребами будуть обмежуватися тими послугами та благами, які їм лишать або можуть і скоротити через надмірну завантаженість на бюджет. Все це буде спонукати таких осіб шукати себе на ринку праці, якого в Україні на даний час для таких категорій працездатних осіб з обмеженими можливостями не існує взагалі. Але слід наголосити, що особи з інвалідністю входять в категорію людського капіталу і можуть бути економічно вигідними як для своїх родин, так і для держави.

**Аналіз стану питання.** На даний час теорії людського капіталу присвятили свої праці теоретичного та прикладного характеру такі

дослідники, як Д. Акімов [1], В. Бек [2], О. Полоус [6], В. Романов [8], Д. Терещенко [10], Т. Сафонова [9] та ін..

Життєдіяльність людей з інвалідністю та рівень їх включення в працездатну частину населення країни розглядали такі вчені, як С. Вишневецька [8], О. Волгіна [4], О. Іванова [4], М. Іншин [10], В. Костюк [10], Т. Перегудова [5], О. Продиус [7] та ін.

Одночасне поєднання здатності людей з інвалідністю приносити високу користь суспільству в професійній зайнятості та ставати людським капіталом поки не знайшло ґрунтового дослідження.

**Мета дослідження.** Визначити критерії людського капіталу людей з інвалідністю та проблеми соціально-орієнтованого професійного маркетингу щодо їх працевлаштування.

**Постановка проблеми.** Відсутність критеріїв соціальної відповідальності щодо працевлаштування людей з інвалідністю і формування їх професійності здатності на такому рівні, який має стати капіталом для держави загалом та працедавця зокрема, викликає

потребу у вивченні цього питання. Враховуючи це, важливо виокремити також відсутність маркетингових технологій професійної адаптації осіб з інвалідністю в процесі навчання та життєдіяльності.

**Методи дослідження.** В ході дослідження було використано методи історіографічного аналізу, синтезу думок при вивченні теоретичного поняття людського капіталу та його елементів. Методи графічного групування використано при формуванні узагальнених наочних рисунків. Методи аналітичного порівняння та аналогії використані при визначенні спільних точок взаємодії між людським капіталом та ресурсами людей з інвалідністю.

**Результати дослідження.** Базис поняття людського капіталу був закладений класичною економічною школою в працях У. Петті, А. Сміта, Д. Рікардо, А. Маршалла, Г. Беккера, Ф. Ліста та ін. Саме вони звертали увагу на людину та її здібності, навички, професійний досвід як на ресурс, який здатний відтворюватись саме працівником при певних умовах зацікавленості ним підвищеними результатами праці, добробутом та прибутком.

Термін «людський капітал» винайшов в 1960-х роках відомий американський економіст Т. Шульц, лауреат Нобелівської премії 1979 р., щоб виразити вартість людського потенціалу. Т. Шульц показав, що людська здатність є однією із форм капіталу. Саме Т. Шульц сформував механізм формування людини як капіталу для роботодавця (рис. 1).

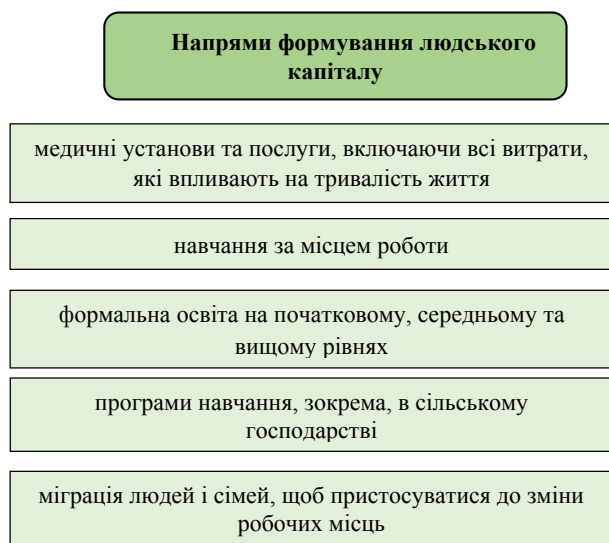


Рис. 1 – Напрямки формування людського капіталу за Т. Шульцом [за 16, с. 9]

Сучасник Г. Беккер в праці «Людський капітал» додає до елементів людського капіталу знання, виробничі навички та мотивацію [11, с. 95]. Е. Тоффлер в праці «Метаморфози влади» виводить поняття людського капіталу за можливостями працездатної людини. Він переконує, що «Людський капітал на всіх підставах можна розглядати поряд з іншими видами капіталу як змістовний елемент економічної системи, її важливої категорії та невід'ємної частини» [13, с. 69].

Ідеї інституційного підходу до теорії людського капіталу виводять на перший план критерії вибору

індивідом напрямків економічної діяльності (професійної причетності), які в подальшому формують його рівень людського розвитку і цінність для працедавця. До таких авторів належать Д. Норт [14], Д. Ходжсон [12], О. Вільямсон [3].

І. Фішер, автор концепції «всеосяжного капіталу», відносить саму людину та її природжені властивості до капіталу: «Вона (людина) так само матеріальна, як кін чи бик. Людина може належати іншій особі (у випадку рабства) або ж самій собі. І в тому, і в іншому разі вона корисна своєму власникові» [13, с. 51-52]. Як наголошує Т. Сафонова, «ця теорія стала основою для подальшого розвитку концепції людського капіталу, що був обумовлений об'єктивними процесами розвитку суспільного виробництва та науково-технічного прогресу на заході у другій половині ХХ ст.» [9, с. 2-3].

О. Полоус та В. Романов визначають людський капітал «як сукупність якостей, які визначають продуктивність і можуть стати джерелами доходу для людини, підприємства і суспільства. Такими якостями зазвичай вважають здоров'я, природні здібності, освіту, професіоналізм, мобільність» [8, с. 94].

Схему кругообігу розвитку людського капіталу, представлену О. Полоус та В. Романовим зображено на рис. 2.

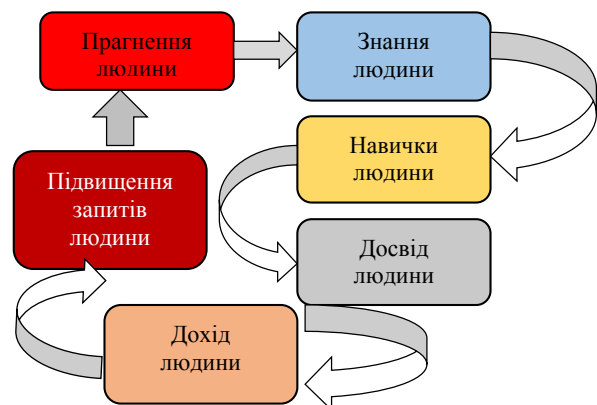


Рис. 2 – Кругообіг формування людського капіталу працівника за О. Полоус, В. Романовим [7]

О. Полоус та В. Романов переконані, що «це не просто сукупність знань, здібностей, якими володіє людина, а придбаний запас знань, які доцільно використовувати в тій чи іншій сфері суспільної діяльності, що сприяє зростанню продуктивності праці та виробництва; використання даного запасу приводить до зростання заробітків (доходів) даного працівника; збільшення доходів сприяє зацікавленості працівника, що приводить до подальшого інвестування в людський капітал» [8, с. 94].

Отже, ці дослідники спираються на самовизначеність людини, її власну зацікавленість у досягненнях праці, самонавчання, підвищенні кваліфікації і звідси, – в підвищенні доходів. Ми не погоджуємося з таким твердженням. Адже в сучасних умовах праці в Україні не завжди вища віддача на робочому місці призводить до підвищення отриманих доходів. Це, на наш погляд, сумнівно навіть в позиції

приватного підприємця, фізичної особи-підприємця. Здебільшого, знання і досвід, навички та продуктивність праці призводять до зниження браку, зниження трудомісткості роботи, перетворення однотипних робочих процесів на їх механічне виконання. Лише за умови оплати роботи на виробітком є реальний шанс працівнику отримати пряму віддачу від зростання продуктивності праці. Тому ми не погоджуємося, що отримання вищого доходу призводить до бажання отримувати кращу освіту, вкладатися в самоосвіту. На наше переконання, це призводить до зростання соціального статусу працівника, до зростання його добробуту, можливо, до зростання чисельності дітей у родині або його мобільності, якіснішого рівня відпочинку, отримання матеріальних благ у вигляді кращого автомобіля, кращого житла, купівлі продуктів харчування вищої якості. Тобто, до зростання якості життя окремої людини, а в макроекономічному здобутку – до зростання індексу людського розвитку.

Для нарощення освітнього рівня в свідомому професійному віці працівник має зрозуміти реальний стимул вийти із зони комфорту у вигляді благ, які він може отримати на основі уже надбаних знань, умінь, навичок, професійного іміджу і власної потреби. І для цього він повинен перебувати в компанії, яка також має стратегічне бачення росту, розвитку та отримання більшого доходу і потребує для цього працівників відповідного рівня спроможності це здійснювати. Так виникає професійний особистісний маркетинг, де компанія потребує, а працівник готовий задовільнити потребу компанії в своїх знаннях, вміннях, навичках для їх спільного зростання доходів та добробуту. В цьому випадку критерії людського капіталу мають мати такі компоненти: 1) можливість працівника брати участь в суспільно корисній праці; 2) можливість працівника формувати власні соціальні контакти; 3) здатність працівника генерувати нові ідеї, образи, уявлення і перетворювати їх в бажані для компанії; 4) раціонально використовувати власні навички, знання та методи роботи для досягнення цілей, які сповідує компанія.

Отже, можемо відзначити, що і в сучасну добу теорія людського капіталу немає чіткого базису і відповідних напрацьованих елементів, які б чітко визначали зацікавленість особи чи компанії в застосуванні спочатку інтелектуального, а згодом переводу його в матеріальний еквівалент через здібності, навички, професіоналізм та продуктивність праці працівника. На нашу думку, саме потенціал компанії, її імідж, спрямування і можливості розвитку, росту, розширення дають точку відліку для формування стратегічних та тактичних планів і відповідного пошуку ресурсів їх досягнення. І саме тоді людський капітал ставиться в пошук компанією саме в тих ракурсах і виявленнях, які в тому випадку необхідні фірмі для досягнення її цілей. Іноді людині не потрібно довчатися, підвищувати/змінювати кваліфікацію, отримувати нові навички, нарощувати продуктивність праці, а лише інакше застосувати свої вміння і досвід.

Тобто, ми вважаємо, що людський капітал, - це те, що уже є наявне в працівнику компанії, яке при вірній постановці цілі і методах її досягнення дає змогу йому розкрити весь спектр своїх знань, вмінь, навичок, досвіду. А розвиток людського капіталу спирається саме на формування в працівника потреби підвищити свій рівень знань і навичок, продуктивність праці, ускладнити взаємозв'язки і тим самим спочатку самостійно, а згодом і з суспільною користю для компанії вийти на заданий рівень досягнення цілей за допомогою нових методів чи механізмів.

Звернемося до питання працевлаштування інвалідів, людей з особливими потребами.

В довоєнний період рівень зайнятості людей з інвалідністю становив в середньому 21-23 % [7].

Враховуючи те, що Україна на даний час втратила працездатне населення через 1) військові дії і перехід працівників на фронт, 2) через виїзд сімей, переважно жінок з дітьми за кордон і ймовірне їх неповернення в країну, 3) через фізичне знищення цивільних в тилу і загибель військових, на сучасних та майбутніх людей з особливими потребами буде покладено обов'язок працювати і формувати доданий валовий продукт для стабілізації економіки держави.

Що ж сама людина з обмеженими можливостями і особливими потребами може дати роботодавцю? Яким чином виявити її здібності, щоб їх вдосконалити і спрямувати таку людину так, щоб вона не була тягарем ні своїй родині, ні державі, ні собі і могла отримати достойну оплату праці за свою роботу?

Європейський досвід показує, що ринок праці людей з інвалідністю може існувати. Ефективними механізмами виявлення потрібних для роботодавця якостей людини з особливими потребами та обмеженими можливостями є ярмарки виробів і результатів праці таких осіб, проведення конкурсів осіб з однаковими фізичними вадами в однопрофільному напрямку. В країнах Європи існують спеціальні благодійні організації, які піклуються саме цими питаннями. Наприклад у Польщі є Фонд ім. брата Альберта, Хельсинський фонд з захисту прав людини чи польський філіал Amnesty International, Фонд SOS, Центр підтримки громадських ініціатив та організації допомоги дітям з інвалідністю, центр «Євромед» [5].

Отже, в Європі сформований соціально орієнтований маркетинг освітнього та професійного розвитку осіб з інвалідністю. В Україні цей напрямок поки що не знайшов такої зацікавленості. Люди з інвалідністю в професійному просторі не є конкурентною силою порівняно з повносправними людьми. Напрямки працевлаштування щодо них не розробляються ні на урядовому, ні на місцевому рівнях. Соціальним маркетингом осіб з інвалідністю може також вважатись не тільки особи з інвалідністю, но і з початком війни і виникненням групи людей, які набули інвалідність внаслідок військових дій, але можуть продовжувати роботу.

Складність розвитку ринку праці осіб з інвалідністю визначається тим, що кожна людина з обмеженими можливостями потребує на робочому місці спеціальних заходів, які б дали їй можливість підтримувати саме робочу варіант відносин (наявність

під'їздів до входу, пандусів, візків, палиць, комфорту в ліфтах та кімнатах гігієни, за робочим столом і приміщенні загалом). Тому, на наш погляд, розвиток ринку праці осіб з інвалідністю доцільно для адаптації перенести спочатку в сферу фрілансеру. В даному випадку людина з обмеженими можливостями буде мати змогу працювати в комфортному для неї місці, не витрачаючи час на дорогу до роботи і з неї. Адже переробка міського транспорту і вулиці також буде потребувати змін.

Спочатку, на наш погляд, Україна повинна переформатувати певну кількість своїх навчальних закладів в інклюзивні. Вони повинні мати як можливість навчати людей з інвалідністю, так і мати медичний супровід таких людей відразу на місцях. Головним пунктом цих закладів навчальних має стати ведення чіткого списку усіх осіб з обмеженими можливостями, тобто 100-відсотково охопити їх для формування програм адаптації, розвитку та супроводу, ступеня мобільності та психологічного стану, готовності до спілкування не лише з роботодавцями, а й загалом зі навколишнім світом.

Для виявлення в людей з інвалідністю їх професійних здібностей необхідно формувати спеціальні тестові завдання уже на рівні їх навчання і подальшої профорієнтації. На нашу думку, для активнішого входження особи з особливими потребами в професійний світ слід з 14 років визначити його здібності і розвивати їх в професійному напрямку. Люди з інвалідністю не мають професійної мобільності, вони не конкурентні на ринку праці, тому здобута ними професія буде, здебільшого, супроводжувати їх все життя. Чим раніше така особа посягне навички в певній роботі, тим легше їй буде адаптуватися і згодом отримувати заробітну плату і знизити соціальну напруженість в сім'ї та суспільстві. А набуті раніше професійні навички і здобутки будуть мотивувати таку людину до розвитку майстерності і вдосконалення професіоналізму, робитимуть її більш стійкою до викликів часу, негативного чи відторгненого ставлення оточення.

Від інклюзивних закладів навчання буде в даному випадку вимагатися створення цілої системи супроводу, як від системи закладів освіти і профорієнтації. Якщо система освіти веде дитину від 1 року до орієнтовно 25 років: садочок, ясельна група – початкова школа – середня школа – старша школа чи професійна освіта – вища школа – робоче місце. То в даному випадку слід буде вести людину з інвалідністю від моменту звернення, в ідеалі від народження до виходу на пенсію чи смерті, тобто протягом усього життя, задовольняючи не лише професійне вирішення проблем, але й медичного та соціального супроводу. Розвиток даної системи з кореня дасть змогу адаптувати і осіб з інвалідністю з народження, і осіб з інвалідністю з набутими обмеженнями внаслідок війни чи життєвих обставин.

**Висновки.** Проведене дослідження показує нам, що в Україні існує теоретичне підґрунтя для формування систем професійного розвитку цілком повносправних людей, але абсолютно відсутні навіть теоретичні напрацювання, програми та проекти, які б

розвивали ринок праці людей з різними фізичними вадами, обмеженими можливостями та особливими потребами. В майбутньому Україна постане як країна осіб інвалідністю, тому такі програми розвитку потрібні розвивати і припрацьовувати уже, робити пілотні проекти і адаптовувати цілі системи медичного та професійного супроводу для введення таких людей в суспільство і зниження соціальної напруженості на нього, формування від їх праці доданого вального продукту.

Впровадження в заклади вищої інклюзивної освіти складовою щодо осіб з інвалідністю для набуття ними конкурентоспроможності на ринку праці поки що лишається на рівні співпраці українських ЗВО та зарубіжних недержавних організацій.

**Перспективи подальших досліджень** визначаються створенням методології та механізмів адаптації людей з інвалідністю до умов економічного середовища в країні і створення ними людського капіталу з ефектом соціально-економічної віддачі. Для формування в них конкурентоспроможності на ринку праці слід в межах закладу освіти вводити методологію роботи з такими людьми з усіх навчальних предметів, так як особи з набутою інвалідністю можуть отримувати другу, третю освіту для входження на ринок праці. Особи із вродженою інвалідністю повинні від початку профорієнтації працювати за програмами, які формують в них професійні навички з врахуванням їх вад. В обох випадках саме соціально - орієнтований маркетинг повинен забезпечувати ці навчальні потреби.

#### Список літератури

1. Акимов Д. И. Социальный маркетинг. К. : Наукова думка, 2008. 144 с.
2. Бек В. Человеческий капитал ищет, где лучше. Деньги. 2015. № 19 (309). С. 16.
3. Вільямсон О. Е. Економічні інституції капіталізму: Фірми, маркетинг, укладання контрактів. Київ : Артес, 2001. 472 с.
4. Волгіна О. М., Іванова О. Л. Соціальний супровід людей з інвалідністю на робочому місці: посібник; ПРООН в Україні, Спільна Програма «Сприяння інтеграційній політиці та послугам для людей з інвалідністю в Україні». К. : Bairre, 2018. 36 с. URL : [https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/802\\_eea1d507082f96828df62fa1e4fdbaa9071671f70dddc90f909154bde7a.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/802_eea1d507082f96828df62fa1e4fdbaa9071671f70dddc90f909154bde7a.pdf) (Дата звернення 08.08.2022)
5. Перегудова Т. В. Використання трудового потенціалу людей з інвалідністю: європейський досвід корпоративної соціальної відповідальності. Науковий клуб. 2015. № 10 (30). URL : [http://sophus.at.ua/publ/2015\\_10\\_30\\_kampodilsk/sekcija\\_section\\_4\\_2015\\_10\\_30/vikoristannja\\_trudovogo\\_potencijalu\\_ljudej\\_z\\_invalidnistju\\_evropejskij\\_dosvid\\_korporativnoji\\_socialnoji\\_vidpovidalnost\\_i/105-1-0-1530](http://sophus.at.ua/publ/2015_10_30_kampodilsk/sekcija_section_4_2015_10_30/vikoristannja_trudovogo_potencijalu_ljudej_z_invalidnistju_evropejskij_dosvid_korporativnoji_socialnoji_vidpovidalnost_i/105-1-0-1530) (Дата звернення 08.08.2022)
6. Полоус О. В., Романов В. О. Маркетинг людського капіталу в сфері ІТ-технологій. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. № 12. С. 93-97.
7. Продіус О. І. Соціально-економічні аспекти працевлаштування осіб з обмеженими можливостями в контексті стійкого інклюзивного навчання. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 32. С. 97-101. URL : [http://bses.in.ua/journals/2018/32\\_2018/21.pdf](http://bses.in.ua/journals/2018/32_2018/21.pdf) (Дата звернення 08.08.2022)
8. Розвиток трудового потенціалу як складова соціальної безпеки України: монографія [С. В. Вишновецька, М. І. Іншин, В. Л. Костюк, І. С. Сахарук та ін.]; за ред. М. І. Іншина, І. С. Сахарук. Київ : ФОП Маслаков, 2018. 544 с. URL : <https://r.donnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1123/%D>

- 0%90%D0%BC%D0%B5%D0%BB%D1%96%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%B03.pdf?sequence=1&isAllowed=y (Дата звернення 08.08.2022)
9. Сафонова Т. В. Теорія людського капіталу як інтегральна концепція розвитку соціальної та економічної сфери. 2009. № 6. URL : <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5Qr0gNEUiccJ:dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/39808/12-Safonova.pdf%3Fsequence%3D1&cd=13&hl=ru&ct=clnk&gl=ua> (Дата звернення 08.08.2022)
  10. Терещенко Д. А. Генезис наукових підходів до теорії людського капіталу. Публічне управління та митне адміністрування. 2019. № 4 (23). С. 90-101.
  11. Тоффлер Е. Метаморфози влади; пер. с англ. К., 2003. 669 с.
  12. Ходжсон Д. Економічна теорія та інститути: Маніфест сучасної інституціональної економічної теорії; пер. с англ. К. : Знання-Прес, 2003. 464 с.
  13. Fisher I. The Natura of Capital and Income. L., 1927.
  14. North D. C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. England: Cambridge University Press, 1990. URL : [https://books.google.fr/.../Institutions\\_Institutio](https://books.google.fr/.../Institutions_Institutio). (Дата звернення 08.08.2022)
  15. Schultz Theodore W. Investmentin Human Capital. The American Economic Review. Vol. 51. № 1 (Mar., 1961). P. 1–17.
- References (transliterated)**
1. Akymov D. Y. Sotsyal'nyy marketynh [Social marketing]. Kiev: Naukova dumka, 2008. 144 p.
  2. Bek V. Chelovecheskyy kapital yshchet, hde luchshe [Human capital is looking for the best]. *Den'ny* [Money]. 2015. no 19 (309). pp. 16.
  3. Vil'yamson O. E. Ekonomichni instytutsiyi kapitalizmu: Firmy, marketynh, ukladannya kontraktiv [Economic institutions of capitalism: Firms, marketing, contracting]. Kiev : Artek, 2001. 472p.
  4. Volhina O. M., Ivanova O. L. Sotsial'nyy suprovid lyudey z invalidnistyu na robochomu misti: posibnyk; PROON v Ukraini, Spil'na Prohrama «Spryyannya intehratsiyniy politytsi ta posluham dlya lyudey z invalidnistyu v Ukraini» [Social support of people with disabilities at the workplace: manual; UNDP in Ukraine, Joint Program "Promotion of Integration Policy and Services for People with Disabilities in Ukraine"]. Kiev: Vaite, 2018. 36 p. URL : <https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/ua/802eea1d507082f96828df62fa1e4fdbaaa90716717f0dddc90fc909154bde7a.pdf> (Data zvernennya 08.08.2022)
  5. Perehudova T. V. Vykorystannya trudovoho potentsialu lyudey z invalidnistyu: yevropeys'kyu dochsvid korporativnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti [Using the labor potential of people with disabilities: the European case study of corporate social responsibility]. *Naukovyy klub* [Scientific club]. 2015. no 10 (30). URL : [http://sophus.at.ua/publ/2015\\_10\\_30\\_kampodilsk/sekcija\\_section\\_4\\_2015\\_10\\_30/vikoristannja\\_trudovogo\\_potencialu\\_lyudej\\_z\\_invalidnistju\\_evropejskij\\_dosvid\\_korporativnoyi\\_socialnoyi\\_vidpovidalnost/105-1-0-1530](http://sophus.at.ua/publ/2015_10_30_kampodilsk/sekcija_section_4_2015_10_30/vikoristannja_trudovogo_potencialu_lyudej_z_invalidnistju_evropejskij_dosvid_korporativnoyi_socialnoyi_vidpovidalnost/105-1-0-1530) (Data zvernennya 08.08.2022)
  6. Polous O. V., Romanov V. O. Marketynh lyuds'koho kapitalu v sferi IT-tehnolohiy [Marketing of human capital in the field of IT technologies]. *Naukovyy visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo* [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University. Series: International economic relations and the world economy]. 2017. № 12. S. 93-97.
  7. Prodius O. I. Sotsial'no-ekonomichni aspekty pratsevashtuvannya osib z obmezhenymy mozhlyvostyamy v konteksti stiykoho inklyuzyvnoho navchannya [Socio-economic aspects of employment of persons with disabilities in the context of sustainable inclusive education]. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi* [Black Sea Economic Studies]. 2018. Issue 32. pp. 97-101. URL : [http://bses.in.ua/journals/2018/32\\_2018/21.pdf](http://bses.in.ua/journals/2018/32_2018/21.pdf) (Data zvernennya 08.08.2022)
  8. Rozvytok trudovoho potentsialu yak skladova sotsial'noyi bezpeky Ukrainy [Development of labor potential as a component of social security of Ukraine]: monohrafiya [S. V. Vyshnovets'ka, M. I. Inshyn, V. L. Kostyuk, I. S. Sakharuk ta in.] ; za red. M. I. Inshyna, I. S. Sakharuk. Kiev: FOP Maslakov, 2018. 544 p. URL : <https://r.donnu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1123/%D0%90%D0%BC%D0%B5%D0%BB%D1%96%D1%87%D0%B5%D0%B2%D0%B03.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Data zvernennya 08.08.2022)
  9. Safonova T. V. Teoriya lyuds'koho kapitalu yak intehr'al'na kontsepsiya rozvytku sotsial'noyi ta ekonomichnoyi sfery [The theory of human capital as an integral concept of social and economic development]. 2009. no 6. URL : <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:5Qr0gNEUiccJ:dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/39808/12-Safonova.pdf%3Fsequence%3D1&cd=13&hl=ru&ct=clnk&gl=ua> (Data zvernennya 08.08.2022)
  10. Tereshchenko D. A. Henezys naukovykh pidkhdov do teorii lyuds'koho kapitalu [Genesis of scientific approaches to the theory of human capital]. *Publichne upravlinnya ta myne administruvannya* [Public administration and customs administration]. 2019. no 4 (23). pp. 90-101.
  11. Toffler E. Metamorfozy vlady [Metamorphoses of power]; per. s anh. Kiev, 2003. 669 p.
  12. Khodzson D. Ekonomichna teoriya ta instytuty: Manifest suchasnoyi instytutsional'noyi ekonomichnoyi teorii [Economic theory and institutions: Manifesto of modern institutional economic theory]; per. s anh. Kiev: Znannya-Pris, 2003. 464 p.
  13. Fisher I. The Natura of Capital and Income. Lviv, 1927.
  14. North D. C. Institutions, Institutional Change and Economic Performance. England: Cambridge University Press, 1990. URL : [https://books.google.fr/.../Institutions\\_Institutio](https://books.google.fr/.../Institutions_Institutio). (Data zvernennya 08.08.2022)
  15. Schultz Theodore W. Investmentin Human Capital. The American Economic Review. Vol. 51. no 1 (Mar., 1961). pp. 1–17.

*Надійшла (received) 13.09.2022*

*Відомості про автора / About the Author*

**Діана Валеріївна Райко (Diana Raiko)** - доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9307-103X>; email: [Diana.Raiko@khi.edu.ua](mailto:Diana.Raiko@khi.edu.ua)