

*Г.В. ПАЙМАШ***МАРКЕТИНГ ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЛЮДЕЙ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ**

В статті описано еволюцію переходу поняття «працівники», «трудові ресурси», «персонал», «людський капітал», «людський потенціал» в економічних школах. Визначено подібність та різницю між граничними на даний час поняттями «людський капітал», «людський потенціал», подано чітко елементи, які їх розрізняють. Визначено, що «людський капітал» - це сукупність людей працездатного віку, які формують суспільну користь (кількісна одиниця праці та користості). А «людський потенціал» - це сукупність людських знань, умінь, якостей, професіоналізму, рівня професійної адаптації та інтелектуальних здібностей, які формують напрямки досягнення поставлених економічних та соціальних цілей (якісна одиниця праці та користості). З даного означення випливає формування нової парадигми відношення до особи, яка, незалежно від свого фізичного стану, обмеження чи придатності, є носієм потенціалу, який може зіграти позитивну і вагому роль в розвитку мікро- чи макроодиниці бізнесу, компанії, регіону, країни в цілому. Тому люди з обмеженими можливостями чи особливими потребами, з інвалідністю розглядаються як потенціал, суспільно корисний для країни. В даному контексті виділено поняття професійного маркетингу, орієнтованого на людину, який має зібрати в комплекс ступінь, вид та групу інвалідності осіб, визначити їх потенціал на ринку праці і запропонувати професії та робочі місця з поділом на працівників з інтелектуальними вадами та працівників з розладами та дисфункціями різного роду. Формування маркетингу, який зорієнтований на людину загалом і на особу з особливими потребами, не стояло на порядку денному до цього часу в жодній економічній чи соціально орієнтованій економічній школі. Тому дане питання є актуальним і доречним до вивчення. На цьому має будуватися нова теорія маркетингу людського потенціалу, яка повинна використовувати усіх людей працездатного віку для створення суспільного продукту. Методологічно тема була висвітлена з використанням методів аналізу та синтезу різних галузей: історіографії, маркетингу, психології, соціології, порівняння, припущення, моделювання.

Ключові слова: розвиток; людський потенціал; особа з особливими потребами; людський ресурс; професійний рівень; маркетинг особистості людей з особливими потребами

*H. PAIMASH***MARKETING OF THE HUMAN POTENTIAL OF PEOPLE WITH SPECIAL NEEDS**

The article describes the evolution of the concept of "employees", "labor resources", "personnel", "human capital", "human potential" in economic schools. The similarities and differences between the currently marginal concepts of "human capital" and "human potential" are defined, and the elements that distinguish them are clearly presented. It was determined that "human capital" is a collection of people of working age who form social utility (quantitative unit of work and utility). And "human potential" is a set of human knowledge, skills, qualities, professionalism, the level of professional adaptation and intellectual abilities, which form directions for achieving set economic and social goals (a qualitative unit of work and utility). From this definition follows the formation of a new paradigm of relation to a person who, regardless of his physical condition, limitations or fitness, is a carrier of potential that can play a positive and important role in the development of a micro- or macro-unit of business, company, region, country as a whole. Therefore, people with limited opportunities or special needs, with disabilities are considered as a potential that is socially useful for the country. In this context, the concept of human-oriented professional marketing is highlighted, which should integrate the degree, type and group of disabilities and workers with disorders and dysfunctions of various kinds. The formation of marketing, which is oriented to the person in general and to the person with special needs, was not on the agenda until now in any economic or socially oriented economic school. Therefore, this issue is relevant and appropriate for study. A new theory of human potential marketing should be built on this, which should use all people of working age to create a social product. Methodologically, the topic was covered using the methods of analysis and synthesis of various fields: historiography, marketing, psychology, sociology, comparison, assumptions, modeling.

Keywords: development; human potential; a person with special needs; human resource; professional level; marketing of the personality of people with special needs

Вступ. Концептуальне розуміння розвитку людини як соціальної мети прогресу призводить до зміни імперативів у сучасній економічній теорії та соціально-економічній політиці. Важливість і своєчасність даного питання підтверджується, насамперед, для національної економіки, яка орієнтується на стратегії досягнення якості людського капіталу та нових підходів до цієї сфери. Об'єктивність розвитку сучасної економіки України передбачає продовження фундаментальних наукових досліджень людського капіталу, методологічних підходів до розробки концепції його створення та розвитку, оскільки на його основі не тільки соціально ринкової економіки будується зміст цієї концепції, а й розвивається публічно-управлінська стратегія регулювання з урахуванням специфічних функцій людського капіталу в частині вирішення таких завдань, як забезпечення народного господарства кадрами, регіонів, окремих підприємств, покращення соціально-економічного процесів, що підвищують соціальну

орієнтацію та економічну ефективність, концептуалізація місця і ролі людини в соціально-економічній системі.

Формування в Україні нового про шарку людей з особливими потребами, які будуть з часом становити вагому частку обмежено працездатного, але оптимально потребує роботи, професійного росту та реалізації в соціумі вимагає від наукового світу методичних розробок їх адаптації на основі існуючих та нових методик.

Аналіз стану питання. До цього часу вивченню понять «людський капітал» «людський потенціал» присвятили свої праці багатьох вчених, серед яких ми користувалися розвідками Л. Кравченко, О. Іванової, В. Лаптева, М. Куркіної, М. Зотова, О. Петровської.

Професійною адаптацією та соціалізацією людей з особливими потребами на теоретичному та законодавчому рівнях займалися такі вчені, як Р. Вайт, Дж. Сова, В. Дікчік та ін.

Формування маркетингу, який зорієнтований на людину загалом і на особу з особливими потребами, не стояло на порядку денному до цього часу в жодній економічній чи соціально орієнтованій економічній школі. Тому дане питання є актуальним і доречним до вивчення.

Постановка проблеми. Складність, недостатня обізнаність і невирішеність теоретичних питань, на методологічному та прикладному рівні формування та розвитку людського капіталу тісно пов'язані з питаннями вдосконалення соціально-економічної політики, пошуку відповідних форм і методів регулювання, які могли б забезпечити ефективне використання людського потенціалу практично усіх суб'єктів країни, включаючи людей з особливими потребами, зумовили вивчення даного питання та визначили його мету.

Мета статті. Метою статті є розробка теоретичних основ реалізації людського потенціалу людей з особливими потребами як ключового фактору економіки із застосуванням маркетингових стратегій.

Методи дослідження. В процесі вивчення даної теми нами було застосовано методи аналізу різних галузей: історіографії, маркетингу, психології, соціології, методи синтезу та порівняння думок при вивченні понять «людський капітал» «людський потенціал», «трудові ресурси», «персонал», «особливі потреби» «особи з інвалідністю чи особливими потребами».

Результати дослідження. Поєднання теоретико-методологічних та прикладних досліджень, які сформовані в останні роки в даному напрямку досліджень відзначають схильність до практичної сторони питання з економічним ухилом. Людський капітал, його структура, фактори формування, компоненти активізації його розвитку традиційно є однією з ключових проблем, що знаходяться у полі наукової думки вітчизняних та зарубіжних учених. Сучасна теорія людського капіталу була сформульована в роботах Г. Беккера, подальший розвиток отримала в роботах Т. Шульца, М. Блауга, Е. Денісона, Дж. Кендріка, Л. Туроу, Б. Чізвіка та інших. Теоретико-методологічні підходи до визначення людського капіталу як економічної категорії, а також принципи його формування та використання відображені у наукових працях Р. Капелюшнікова, В. Марцинкевича, Р. Нижегородцева, О. Брижак, Н. Римашевської, Є. Рюміної та багатьох інших вітчизняних вчених.

Економіка завжди так чи інакше вивчає діяльність людина. По-перше, предметом дослідження економічної науки є людина. З цієї позиції вона представлена як службовець, комерсант, менеджер, підприємець, найманий працівник чи власник, підприємець чи суб'єкт владних повноважень в економічному розподілі фінансів та ресурсів. По-друге, модель людини економічної (*homo sapiens economicus*) формує певний образ, який дозволяє аналізувати економічні процеси, тобто модель людини розглядається як інструмент тестування нових економічних процесів і теорій. Теоретична конструкція мейнстріму економічної думки нового

часу базується на поведінці т. зв. людини економічної та прагматичної, раціональної. Модель такої людини – поки що новий напрямок наукового аналізу. Тому в останні роки проблематика якості людського життя стала важливим вектором наукових досліджень та стимулювання розвитку людського капіталу не лише в економіці, а й дотичних сферах та галузях.

Л. Кравченко та І. Троян стверджують, що «теорія людського капіталу, яка була заснована ортодоксальній неокласичній традиції, сформувалась в рамках неінституційного підходу, який значно розширив сферу застосування та збагатив методологію аналізу, зробивши можливим повніше реалізувати свою практичну функцію» [14, с. 98].

Еволюція підходів до ролі людини в розвитку мікроекономічних процесів приводить нас до того, що теорії «людського капіталу» переростають у теорії «людського потенціалу» (табл. 1).

Таблиця 1 - Еволюція теоретичних підходів до формування поняття «людський потенціал»

Періоди еволюції	Зміст підходів
До 1960 року	Формується поняття «людський капітал», підвищується інтерес для його вивчення, використовуються фінансові методи оцінки. Розглядаються проблеми управлінського обліку капіталовкладень у людину та їх ефективність
1960 – 1990 роки	У структурі людського капіталу враховуються інвестиції та забезпечення професійної мобільності
1990 – 2010 роки	Враховуються не лише фінансові складові, а й нематеріальні компоненти
2010 – по даний час	В умовах конкурентного ринку ключовим фактором виробництва стає працівник із високоінтелектуальним потенціалом, здатний творчо підходити до вирішення поставлених завдань.

Джерело: складено автором за [3, с. 51]

Як бачимо, розвиток теорій відбувається під впливом інвестування і поняття людського ресурсу перетворюється в поняття людського капіталу, а з початком XXI століття – людського потенціалу.

Можемо порівняти визначення обох понять від різних науковців, щоб зрозуміти різницю.

В. Лаптев та О. Іванова стверджують, що «безпосереднє ставлення категорії «людські ресурси» (англ. «human resources») відбулося приблизно у 70 рр. XX ст., що супроводжувалося переосмисленням місця і ролі людини в процесі виробництва, економічного розвитку держави, а відповідно й зломом чергової парадигми менеджменту («управління персоналом»)» [5, с. 2]. На їх думку, причиною цього стала «третя індустріальна революція («цифрова»), яка спрямувала розвиток суспільства у бік наукоємних виробництв, які у другій половині XX століття зробили наступний значний стрибок у науково-технічному прогресі, використанні інформаційно-комунікаційних технологій» [5, с. 2].

Введення поняття «людські ресурси» мало замінити (і частково зробило це) поняття «персонал» та «трудові ресурси», але дефініція цих понять, їх

поєднання і відокремлення існують в наукових поглядах досі.

С. Сардак формулює поняття «людські ресурси» як «сукупність людей, що здійснювали, здійснюють та можуть здійснювати процеси життєдіяльності та є носіями здатності до існування й суспільної цінності» [8, с. 133].

За Е. Разнодожиною людські ресурси в широкому сенсі поєднують у собі «людський капітал, робочу силу, людський потенціал, підприємницькі здібності», а також «постають людським фактором виробництва поруч з речовинними факторами, до яких можна віднести ресурси землі, фінансового і виробничого капіталу» [7, с. 44]. Науковиця поєднала в одному визначенні усі існуючі ортодоксальні теорії людського потенціалу і так і не дає чіткої відповіді на питання «людських ресурсів».

В. Лаптев та О. Іванова роблять вдалий висновок, що «людські ресурси є складною категорією, яка і відображає саму людину (групу, колектив, націю) з певним набором особистісних та професійних, вроджених та набутих якостей, підприємницькою здібністю, які вона має, набуває та може розвивати як в рамках соціально-трудових відносин, так і процесів життєдіяльності суспільства в цілому» [5, с. 4].

В. Зотов та М. Куркіна трактують поняття «потенціал» (в загальному) як «джерело можливостей, засобів, запасу, які можуть бути приведені в дію, використані для вирішення якої-небудь задачі або досягнення певної мети; можливості окремої особи, суспільства, держави у певній галузі» [4, с. 54].

А. Замараєв виділяє соціально-економічне трактування категорії «людський потенціал», яке, на його думку, тісно пов'язане зі становленням теорії ефективного суспільного функціонування, а також концепції сталого суспільного розвитку. «Дані концепції об'єднують економічні та соціологічні підходи до парадигмального обґрунтування процесів соціально-економічної оцінки людського потенціалу. «Економічна людина» оцінюється рівнем інтелекту. «Соціологічна людина» визначається як соціалізований актор, виконуючи соціальні ролі» [1].

Як бачимо, різниця між визначеннями є і вона виявляється в тому, що людський ресурс – це сукупність людей, які формують суспільну цінність, а людський потенціал – це сукупність людських якостей, які формують досягнення заданих потреб суспільства. Отже, ресурс це кількісний показник, а потенціал – якісний. І людський потенціал в більшості випадків не залежить від кількісної наявності людей. Одна людина може замінити за своїм потенціалом кількох: розуміння ситуації, інтелектуальне її вирішення, створення ноу-хау, винайдення раціонального способу досягнення цілі тощо.

Використання економічного терміну передбачає його оцінку за показниками порівняння в часі. Так вимірюється Індекс людського розвитку, який на початку ХХІ століття перетворився на індикатор рівня відповідальності країни перед своїм населенням щодо кількості прожитих років, рівня ВВП на душу населення, рівня освіти та грамотності, витрати країни на освіту населення та його охорону здоров'я, зайнятість жінок та рівень бідності.

Фаза реалізації людського потенціалу охоплює широке коло показників, які в сукупності можуть характеризувати стан ринку праці, ефективність використання трудових ресурсів та людського потенціалу та їхній вплив на

економічний розвиток регіону. Для конкретизації формалізовані показники оцінки реалізації людського потенціалу регіону О. Петровською об'єднано у три групи:

1) трудова компонента, що характеризує стан та кон'юнктуру ринку праці;

2) економічна компонента спрямована на обчислення економічного ефекту від використання робочої сили та її вплив на економіку регіону;

3) ринкова компонента, що визначає потенційні здатності споживчого потенціалу населення [6].

Отже, проблема розвитку людського потенціалу – це проблема відповідності якісних характеристик робочої сили характеру сучасної економіки. Цей висновок дуже важливий, адже в контексті якісних характеристик людини ми можемо використовувати не лише повносправних індивідів, а брати до уваги і людей з особливими потребами, враховуючи те, що їх фізична спроможність не завжди потрібна, а от інтелектуальна складова може рухати процеси досягнення цілей компанії. В цьому випадку слід говорити про формування спеціального комплексу заходів, які б сприяли виходу людей з особливими потребами на ринок праці і заявляли себе як повноцінні елементи людського потенціалу країни. Цей комплекс заходів повинен містити управлінську складову, складову маркетингу особистості, інвестиційну складову особистості, складову рівня знань, умінь та навичок, складову фізичної та інтелектуальної спроможності такої людини.

Якщо усі складові відомі і пропрацьовано, то складова маркетингу особистості в напрямку розвитку людського потенціалу людини з особливими потребами, не пропрацьовано взагалі. Тому слід формувати маркетингову компетенцію людей з особливими потребами на рівні базових понять, які будуть становити фундамент нових витків теоретичних досліджень та практичних їх втілень.

В ХХ-ХХІ століттях багато уже сказано про маркетинг, орієнтований на людину – «людиноорієнтований маркетинг». В цьому аспекті нам допоможе дослідження американського психолога Роберта Вінсропа Вайта у статті «Motivation reconsidered: The concept of competence» (1959) [17], де він застосував поняття «компетентність» у галузі психології, торкаючись теми мотивації. На його думку, компетентність виявляється у здатності організму ефективно взаємодіяти з навколишнім середовищем. У ссавців і особливо людини, з її придатною для взаємодії з довкіллям нервовою системою, компетентність поступово досягається за допомогою тривалого навчання. Головна ідея статті Р. Вайта полягає у поясненні факту, що компетентність не дається при народженні і не досягається просто шляхом дозрівання організму. Компетентність, на думку Р. Вайта, дозволяє людині дізнатися, як можна змінити навколишнє середовище та оцінити, які наслідки випливають із цих змін.

На початку 70-х років ХХ століття термін «компетентність» став використовуватися вже в практиці менеджменту. Але популярність у середовищі менеджменту даний термін отримав після виходу 1982 року книги «Competent manager: a model for effective performance» [9] американського економіста Річарда Бояціса, що спеціалізувався на організаційній поведінці. За Р. Бояцісом, компетентність – це основна характеристика

трудою одиницею, що виражається у здатності виконувати свою роботу ефективно та/або високоефективно. У своїй книзі він наводить складові цієї характеристики, тобто компетенції, які необхідні сучасному менеджеру для успішного виконання своїх професійних завдань, а також заявляє про необхідність взаємопов'язувати компетенції менеджера з процесами, програмами, політикою та умовами організації, в якій він працює, а також з посадою, яку він на даний момент займає. Іншими словами, крім складових успішної діяльності, важливими елементами виступають функціональні вимоги, які застосовуються до конкретної посади, та організаційне оточення. Тому компетенції мають бути пов'язані з культурою організації, що є корпоративною етикою. На думку автора, щоб досягти статусу компетентного менеджера, потрібно мати 21 компетенцію, причому на досить високому рівні.

Так ми підходимо до поняття маркетингової компетенції, яка, на думку І. Кравець є «інтегративною якістю особистості, що включає потребностно-мотиваційний, когнітивний, діяльнісний компоненти та характеризується сформованістю пізнавальної потреби, мотиву досягнення успіху» [2].

На нашу думку, мотивація досягнення успіху в професійній діяльності, яка формується з амбіцій, умінь, знань і потреб особи, і є тим базисом, який потім виражається в комплексі «людського потенціалу». Даний комплекс базисних понять можна сміливо застосувати до людей з особливими потребами, які:

1) мають потреби як загальні для усіх людей, так і особливі;

2) мають певні набуті знання в міру своїх інтелектуальних можливостей їх сприймати і перетворювати;

3) мають вміння, які можуть і повинні застосувати саме в трудовій діяльності як для самореалізації та росту, так і для отримання економічної вигоди;

4) мають амбіції, як і всі люди, які зростають професійно, здобувають освіту, поглиблюють знання та нарощують професійний ранг.

Тому розробка комплексу маркетингу особистості для людей з особливими потребами є важливою, значимою.

Маркетинг, орієнтований на людину, так визначає осіб з інвалідністю. За словами проф. Тадеуша Гальковського, особа з обмеженими можливостями – це «повноправна особа, яка знаходиться в невідповідному становищі через екологічні, професійні та соціальні бар'єри, які вона не може подолати так само, як інші люди» [12, с. 120]. Подібне визначення використовує проф. Йозеф Сова, який стверджує, що «інвалід – це особа, у якої пошкодження та зниження придатності організму ускладнили, обмежили або зробили неможливим виконання життєвих і професійних завдань і виконання соціальних ролей» [16, с. 34].

Конкретне розуміння інвалідності можна знайти в міркуваннях професора Владислава Дичіка, який у рамках спеціальної педагогіки описує людину з інвалідністю як «особу, чий фізичний та/або психічний стан постійно або періодично заважає, обмежує або заважає йому/їй виконувати життєві завдання та соціальні ролі» [11, с. 27].

Визначення, які включають критерій наслідків інвалідності, визначають особу з інвалідністю як:

«особу, яка через фізичні, соматичні, психічні чи психологічні характеристики та умови, стикається з серйозними труднощами в особистому та професійному житті» [13, с. 13];

«людину, яка внаслідок певних обмежень має значні труднощі у виконанні завдань повсякденного життя, навчання, роботи та відпочинку» [18, с. 10];

«людину, яка не в змозі забезпечити собі, частково або повністю, можливість вести нормальне індивідуальне чи суспільне життя» [10, с. 371].

Завдання, покладені на окремі інституції щодо ринку праці та освіти, не повною мірою вирішують проблеми людей з обмеженими можливостями. Вони враховують лише рішення з особливим акцентом на соціальні програми та програми догляду. Проте аналіз професійних, освітніх та реабілітаційних потреб свідчить про те, що очікування людей з інвалідністю найчастіше стосуються отримання роботи, працевлаштування та професійної незалежності, зайнятості та активності на ринку праці. Найбільше вони наголошують на потребах у здійсненні інтеграційних заходів на основі гнучких і спеціальних завдань, що збільшують доступ до професійної освіти, робочих місць та інших форм професійної діяльності.

Враховуючи базові компоненти маркетингу, можемо припустити, що маркетинг, орієнтований на людину з особливими потребами в професійному розвитку, в віддачі від неї трудового потенціалу, повинен включати класифікацію груп, вид, ступінь інвалідності та обмеженості. Система оцінки інвалідності або непрацездатності на даний час надає перевагу людям з професійними та соціальними обмеженнями та, зокрема, підтримує систему професійної адаптації на конкретному місці роботи, в якій поняття інвалідності є основним і включає працівників з інтелектуальними вадами та працівників з розладами та дисфункціями різного роду [15, с. 11]. У системі професійного працевлаштування особа з особливими потребами підлягає спеціалістсько-діагностичному впливу в психолого-педагогічних консультаціях або інших спеціалізованих центрах. Діагноз, виданий медичною комісією, є основою для адаптації вимог професійного плану та дидактичних і технічних умов до реальних потреб і здібностей працівників із певною вадою.

Як наслідок, це впливає на розвиток можливостей для вдосконалення діяльності, що сприяє навчанню, працевлаштуванню та професійній діяльності, а також задоволенню соціальних та особистих потреб людей з обмеженими можливостями.

Висновки. Життєві та трудові потреби людей з обмеженими можливостями, а отже, і їх здатність задовольняти їх, залежать від багатьох факторів. Це в першу чергу пов'язано зі ступенем і типом інвалідності, що, у свою чергу, визначає шляхи вирішення життєвих і трудових проблем, а також діяльність, що підтримує систему освіти, систему зайнятості та професійну діяльність на захищеному та відкритому ринку праці. Напрямки цієї діяльності визначаються цілями, які слугують реалізації професійних і соціальних потреб людей з обмеженими можливостями.

Перспективи подальших досліджень впливають з даних статті. В подальшому слід розробити модель маркетингових підходів до визначення трудового та

людського потенціалу осіб з обмеженими можливостями, застосовуючи класифікатори груп, видів та ступенів інвалідності чи обмеженості особи. Слід упорядкувати працевлаштування та професійну адаптацію осіб з обмеженими можливостями з урахуванням професійної адаптації на конкретному місці роботи, в якій поняття інвалідності є основним і включає працівників з інтелектуальними вадами та працівників з розладами та дисфункціями різного роду.

Список літератури

1. Замарас А. В. Сутність поняття «людський потенціал» в контексті суспільного розвитку. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2015. № 9. : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=895#:~:text=25.06.2023>.
2. Кравець І.В. Зміст та структура маркетингової компетентності студента. Педагогічний журнал. 2008. № 13.
3. Кравченко Л. О., Троян І. А., Горячих М. В. Теоретичні аспекти розвитку людського капіталу в умовах креативної економіки. Економіка та управління. 2022. Т. 8. № 3. С. 49-58.
4. Куркіна М. П., Зотов В. В. Людський потенціал як категорія соціального управління регіоном. Бізнес Інформ. 2012. № 7. С. 53-56.
5. Лаптев В. І., Іванова О. Ю. Людські ресурси – фактор виробництва або інвестиції в майбутнє. Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія і практика. Матеріали наукової конференції 30-31 березня 2017. : ЛЮДСЬКІ РЕСУРСИ– ФАКТОР ВИРОБНИЦТВА АБО ІНВЕСТИЦІЇ У МАЙБУТНЄ (дата звернення 30.06.2023).
6. Петровська О. М. Оцінка людського потенціалу Одеського регіону. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 25. Ч. 2. С. 68-72.
7. Разнодожина Е. М. Людські ресурси: їх роль та значення. Управління економічними системами. 2011. № 1. С. 43–49.
8. Сардак С. Е. Еволюція поглядів на зміст і роль людських ресурсів у суспільному поступі. Актуальні проблеми економіки. 2012. № 12. С. 132-139.
9. Boyatzis R.E. The Competent Manager: A Model for Effective Performance. Wiley-Interscience, 1982.
10. Bulenda T. Ludzie niepełnosprawni w srodowisku społecznym. Warszawa, 1993.
11. Dykcik W. Pedagogika specjalna. Pozna: UAM, 1999.
12. Galkowski T. Problemy Rehabilitacji Społecznej i Zawodowej. Warszawa, 1997. № 3(153).
13. Hulek A. Rehabilitacja osob niepełnosprawnych w Polsce i za granica w swietle przepisow prawnych. Warszawa: PWN, 1981.
14. Kravchenko L., Troyan I. Human capital in the creative economy. Current problems and prospects for economic development. 2022. No. 10. pp. 97–100.
15. Parys K. Osoby z diagnoza uposledzenia umysłowego w stopniu lekkim – w kregu pytan i odpowiedzi. Warszawa: Stowarzyszenie Przyjaciol Integracji, 2007.
16. Sowa J. Pedagogika specjalna w zarysie [Outline of special pedagogy]. Wydawnictwo Oswiatowe. Rzeszow: FOSZE, 1999.
17. White R.W. Motivation reconsidered: The concept of competence. Psychological Review. 1959. № 66.
18. Zablocki J. Psychologiczne i społeczne wyznaczniki rehabilitacji osob niepełnosprawnych. Warszawa: CBSI, 1992.
19. Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok [Public administration: improvement and development]. 2015. no 9. : <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=895#:~:text=25.06.2023>.
20. Kravets' I.V. Zmist ta struktura marketynhovoyi kompetentnosti studenta [The content and structure of the student's marketing competence]. Pedahohichnyy zhurnal [Pedagogical journal]. 2008. no 13.
21. Kravchenko L. O., Troyan I. A., Horyachykh M. V. Teoretychni aspekty rozvytku lyuds'koho kapitalu v umovakh kreatyvnoyi ekonomiky [Theoretical aspects of human capital development in the conditions of the creative economy]. Ekonomika ta upravlinnya [Economics and management]. 2022. T. 8. no 3. pp. 49-58.
22. Kurkina M. P., Zotov V. V. Lyuds'kyi potentsial yak katehoriya sotsial'noho upravlinnya rehionom [Human potential as a category of social management of the region]. Biznes Inform [Business Inform]. 2012. no 7. pp. 53-56.
23. Lapytev V. I., Ivanova O. YU. Lyuds'ki resursy – faktor vyrobnytstva abo investytsiyi v maybutnye. Suchasni problemy upravlinnya pidpryyemstvamy: teoriya i praktyka [Human resources – a factor of production or investment in the future. Modern problems of enterprise management: theory and practice]. Materialy naukovoyi konferentsiyi 30-31 bereznya 2017 [Materials of the scientific conference] (data zvernennya 30.06.2023).
24. Petrovs'ka O. M. Otsinka lyuds'koho potentsialu Odes'koho rehionu [Assessment of the human potential of the Odesa region]. Naukovyy visnyk Uzhhorodsk'oho natsional'noho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove gospodarstvo [Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University]. 2019. Vyp. 25. CH. 2. pp.. 68-72.
25. Raznod'ozhyna E. M. Lyuds'ki resursy: yikh rol' ta znachennya [Human resources: their role and significance]. Upravlinnya ekonomichnymy sistemamy [Management of economic systems]. 2011. no 1. S. 43–49.
26. Sardak S. E. Evolyutsiya pohlyadiv na zmist i rol' lyuds'kykh resursiv u suspil'nomu postupi [Evolution of views on the content and role of human resources in social progress]. Aktual'ni problemy ekonomiky [Actual problems of the economy]. 2012. no 12. pp. 132-139.
27. Boyatzis R.E. The Competent Manager: A Model for Effective Performance [The Competent Manager: A Model for Effective Performance]. Wiley-Interscience, 1982.
28. Bulenda T. Ludzie niepełnosprawni w srodowisku społecznym [Disabled people in the social environment]. Warszawa, 1993.
29. Dykcik W. Pedagogika specjalna [Special pedagogy]. Pozna: UAM, 1999.
30. Galkowski T. Problemy Rehabilitacji Społecznej i Zawodowej [Problems of Social and Vocational Rehabilitation]. Warszawa, 1997 no 3(153).
31. Hulek A. Rehabilitacja osob niepełnosprawnych w Polsce i za granica w swietle przepisow prawnych [Rehabilitation of disabled people in Poland and abroad in the light of legal regulations]. Warszawa: PWN, 1981.
32. Kravchenko L., Troyan I. Human capital in the creative economy [Human capital in the creative economy]. Current problems and prospects for economic development [Current problems and prospects for economic development]. 2022. no. 10. pp. 97–100.
33. Parys K. Osoby z diagnoza uposledzenia umysłowego w stopniu lekkim – w kregu pytan i odpowiedzi [People diagnosed with mild mental retardation – questions and answers]. Warszawa: Stowarzyszenie Przyjaciol Integracji, 2007.
34. Sowa J. Pedagogika specjalna w zarysie [Outline of special pedagogy]. Wydawnictwo Oswiatowe. Rzeszow: FOSZE, 1999.
35. White R.W. Motivation reconsidered: The concept of competence. Psychological Review. 1959. no 66.
36. Zablocki J. Psychologiczne i społeczne wyznaczniki rehabilitacji osob niepełnosprawnych [Psychological and social determinants of rehabilitation of disabled people]. Warszawa: CBSI, 1992.

References (transliterated)

1. Zamarayev A. V. Sutnist' ponyattya «lyuds'kyu potentsial» v konteksti suspil'noho rozvytku [The essence of the concept of "human potential" in

Надійшла (received) 18.09.2023

Відомості про авторів / About the Authors

Паймаш Ганна Василівна (Paimash Hanna Vasilevna) - аспірант кафедри економіки бізнесу та міжнародних економічних відносин; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0003-0588-328X; тел. (095) 259-94-16, hanna.paimash@emmb.khpi.edu.ua