

**П.Г.ПЕРЕРВА, О.П.КОСЕНКО, В.А.КУЧИНСЬКИЙ**  
**МАРКЕТИНГОВІ ДЕТЕРМІНАНТИ ПРАЦІВНИКІВ З ОБМЕЖЕНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

В статті доведено, що працевлаштування є одним із найважливіших завдань соціальної реабілітації осіб з обмеженими можливостями, насамперед – представників дитячої та молодіжної вікових груп. Працевлаштування як предмет наукового аналізу і як практичне рішення має мультидисциплінарний характер, тому що включає різні компоненти, пов'язані з медициною, психологією та з іншими науками. Для маркетингового супроводу ефективного використання трудового потенціалу осіб з обмеженими можливостями сформовано дві моделі соціальної допомоги такого роду працівникам: а) інтеграційна модель маркетингу з обов'язковою адресною системою допомоги; б) компенсаційна модель маркетингу із розширеною системою пільг. Запропоновано всіх осіб з обмеженими можливостями за маркетинговими детермінантами соціальної поведінки розділити на чотири характерні групи. 1. Самореабілітована, соціально активна особа з обмеженими можливостями (підвищена соціальна активність, прагнення обов'язково здобути професійну освіту та роботу відповідно до своїх інтересів). 2. Малоактивна, частково реабілітована особа з обмеженими можливостями (мають можливості самостійно пересуватися територією підприємства, мають навички самообслуговування). 3. Соціально пасивна, не реабілітована особа з обмеженими можливостями (це непрацюючі особи, які не мають навичок самообслуговування, із явно вираженими утриманськими звичками. Типовими представниками цієї групи є молоді особи з обмеженими можливостями, які виростили в сім'ях в умовах гіперопіки та гіперуваги з боку батьків, які іноді випрошують для своїх дітей матеріальну допомогу на придбання дорогих технічних засобів реабілітації, обов'язково необхідних для їх соціальної реабілітації). 4. Латентна особа з обмеженими можливостями (групу складають люди з невираженою зовнішньо інвалідністю, з високим рівнем фізичної мобільності). Доведено, що для соціальних підприємств зазначені вище проблеми осіб з обмеженими можливостями є практично не актуальними, так як вони спеціально створювалися для масового працевлаштування осіб з обмеженими можливостями, причому працівниками основного виробництва, яке організовано з урахуванням їх потреб шляхом створення спеціальних умов для їх комфортного перебування на території підприємств. На звичайних підприємствах спеціальні умови праці для інваліда найчастіше відсутні, і зазначені вище проблеми вимагають оперативного вирішення.

**Ключові слова:** ринок трудових ресурсів, маркетинг, особи з обмеженими можливостями, детермінанти працевлаштування, трудовий потенціал, економічна безпека

**P.G. PERERVA, O.P. KOSENKO, V.A. KUCHINSKY**  
**MARKETING DETERMINANTS OF EMPLOYEES WITH LIMITED OPPORTUNITIES IN THE SYSTEM OF ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE**

The article proves that employment is one of the results of the tasks of social rehabilitation of persons with disabilities, primarily - representatives of children and youth age groups. Employment as a subject of scientific analysis and as a practical solution of a multidisciplinary nature, because it includes various components related to medicine, psychology and other sciences. For marketing support of the effective use of the labor potential of persons with disabilities, two models of assistance to social workers have been formed: a) an integration model of marketing with a mandatory targeted assistance system; b) compensation model of marketing with an extended system of benefits. It is proposed to divide all persons with disabilities into four characteristic groups for marketing determinants of social behavior. 1. A self-rehabilitated, socially active person with disabilities (increased social activity, it is prescribed to obtain professional education and work in accordance with one's interests). 2. A less active, partially rehabilitated person with disabilities (have the ability to move independently on the territory of the enterprise, have self-service skills). 3. Socially passive, non-rehabilitated person with disabilities (these are unemployed persons who do not have self-care skills, with clearly expressed habits of dependence. Typical representatives of this group are young persons with disabilities who grew up in families in hyperpeak and hyperweight conditions with parents, who sometimes ask for financial assistance for their children to purchase expensive technical means of rehabilitation, necessarily especially for their social rehabilitation). 4. A latent person with disabilities (the group consists of people with an unexpressed disability, with a high level of physical mobility). It has been proven that for social enterprises the above-mentioned problems of persons with disabilities are practically irrelevant, since they were specially created for mass employment of persons with disabilities, and by employees of the main production, which are organized taking into account their capabilities and needs by creating special conditions for them. A comfortable stay on the territory of enterprises. There are no special working conditions for the disabled at ordinary enterprises, and the above-mentioned problems require prompt solutions.

**Keywords:** labor market, marketing, persons with disabilities, determinants of employment, labor potential, economic security.

**Вступ.** У людей з обмеженими можливостями (інваліди з серйозними порушеннями рухової системи або з відсутністю кінцівок, люди похилого віку, які не мають можливості самостійно пересуватися) виникають величезні труднощі в повсякденному житті (дозвілля, відпочинок, робота і побут). Ці люди як ніхто інший потребують підтримки та розуміння з боку суспільства. Для вирішення проблем їх працевлаштування, які в найбільшій мірі відповідає їм потребам та запитам, необхідно вивчити маркетингові детермінанти такого роду осіб та використовувати їх зміст в повсякденній маркетинговій діяльності підприємств та організацій.

В цей час у всьому світі спостерігається стійкий приріст осіб з обмеженими можливостями. За оцінками ООН, особи з обмеженими можливостями становлять до 10 % людства. В Україні сьогодні представники зазначеної соціальної групи становлять

близько 5 % населення, але ця величина постійно збільшується в зв'язку з повномасштабним військовим вторгненням Росії на територію нашої країни. Одним із найважливіших завдань соціальної політики держави є повноцінна соціальна реабілітація та інтеграція, а також формування достатньої соціальної компетенції осіб з обмеженими можливостями. Працевлаштування є одним із найважливіших завдань соціальної реабілітації осіб з обмеженими можливостями, насамперед – представників дитячої та молодіжної вікових груп. Працевлаштування як предмет наукового аналізу і як практичне рішення має мультидисциплінарний характер, тому що включає різні компоненти, пов'язані з медициною, психологією та з іншими науками. Разом з тим, належна увага науковому аналізу проблем осіб з обмеженими можливостями приділяється насамперед в економічній науці. Серед вчених-економістів, які займаються

науковими дослідженнями та практичними розробками проблем людей з осіб з обмеженими можливостями, чільне місце посідають представники маркетингу, насамперед – фахівці з дослідження ринку праці осіб з обмеженими можливостями та використання їх потенціалу при забезпеченні сталої безкризової виробничо-комерційної діяльності підприємств.

В цьому плані поза межами наукового аналізу здебільшого залишається безпековий аспект проблеми зайнятості осіб з обмеженими можливостями та їх маркетингового супроводу. Актуальність та важливість цього напрямку наукових досліджень нагально потребує їх розвитку.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Науковий інтерес до проблем маркетингового дослідження сегменту ринку праці, який складають особи з обмеженими можливостями, вже тривалий час перебуває в центрі уваги теоретиків та практиків [1-16]. Ці питання викладено в наукових публікаціях, підручниках та навчальних посібниках, виданих за авторством таких дослідників, як Д.П.Богиня, І. К. Бондар, О.А.Бугуцький, М.І.Долішній, С.М.Ілляшенко, К.В.Корсак, А.В.Косенко, М.М.Костаков, Е.М.Лібанова, І.С.Маслова, А.А.Нікіфорова, В.В.Онікієнко, А.О.Старостіна, Н.П.Ткачова, Л.О.Шепотько та ін. В цілому вчені розглядають особливості регулювання відносин зайнятості населення з інвалідністю, механізми професійної та трудової реабілітації осіб з обмеженими можливостями. Маркетингові детермінанти працевлаштування та використання трудового потенціалу осіб з обмеженими можливостями знайшли відображення в наукових публікаціях різних авторів, в яких досліджено, з одного боку, можливості, а з іншого - складності для осіб з обмеженими можливостями у сфері трудових відносин. В них, зокрема, вказується на відсутність дієвих механізмів реалізації трудового потенціалу осіб з обмеженими можливостями, недостатня кількість додаткових гарантій забезпечення зайнятості та їх недофінансування, недосконалість маркетингового механізму вивчення та прогнозування специфічних ринкових сегментів, в яких представлено особи з обмеженими можливостями.

**Постановка завдання.** Метою статті є маркетингове дослідження ринку праці осіб з обмеженими можливостями, виявлення їх нагальних потреб та особливостей використання їх трудового потенціалу у виробничо-комерційній діяльності підприємств та організацій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Узагальнюючи світовий досвід маркетингового супроводу ефективного використання трудового потенціалу осіб з обмеженими можливостями, можна назвати дві моделі соціальної допомоги такого роду працівникам:

- а) інтеграційна модель маркетингу з обов'язковою адресною системою допомоги;
- б) компенсаційна модель маркетингу із розширеною системою пільг.

Перша модель маркетингу використовується у розвинених країнах, насамперед у країнах Заходу. Друга модель в цей час широко використовується в країнах пострадянського простору, зокрема, і в Україні. Ця модель переслідує практично одну мету – створення економічного добробуту та соціального комфорту особам з обмеженими можливостями.

За способом досягнення зазначеної мети обидві моделі, по суті, антиподи одна одній. Ключовим принципом функціонування першої (західної) моделі вважається так звана маркетингова детермінанта рівності, згідно з якою особа з обмеженими можливостями вважається рівним членом суспільства. Головною метою державної соціальної політики в цьому випадку є повна або максимально можлива інтеграція осіб з обмеженими можливостями у суспільство шляхом створення умов для трудової діяльності та нормальної соціальної комунікації. При цьому особливістю такого підходу до організації соціальної допомоги особам з обмеженими можливостями є її жорстка диференціація залежно від стану їх здоров'я та потенційної можливості працювати. При цьому основним стимулом до праці для осіб з обмеженими можливостями є отримання за свою працю доходу – вищого за можливу пенсію, яка виплачується лише непрацюючим особам з обмеженими можливостями. Маркетинговий ефект від пріоритету реабілітації перед пенсією полягає в тому, що короткочасне вкладення грошей у реабілітацію осіб з обмеженими можливостями з метою повернути (долучити) їх до праці, зрештою призводить не лише до звільнення держави від обов'язку довічно виплачувати їм пенсію, але, навпаки, до отримання від осіб з обмеженими можливостями коштів у вигляді податкових надходжень до державного бюджету країни. Така ситуація також позитивно впливає на цілісну систему економічної безпеки підприємства, так як залучає до виробничо-комерційної діяльності таких осіб, які при іншому розкладі справ в деяких випадках претендували б на пожиттєву матеріальну підтримку підприємства.

Порівнюючи описані вище маркетингові моделі залучення до трудової діяльності осіб з обмеженими можливостями з використанням фактору соціальної допомоги, на наш погляд, не слід протиставляти їх одне одному, оскільки маркетингові принципи, які закладено в ці моделі, засновані на відповідному менталітеті і соціокультурних традиціях суспільства. Безперечною перевагою першої моделі є наявність у ній певних механізмів боротьби із соціальним утриманством осіб з обмеженими можливостями та ефективного стимулювання підвищення їх соціальної активності. Оцінюючи досвід США та ряду країн Західної Європи, можна припустити, що, хоча в них працевлаштування осіб з обмеженими можливостями є пріоритетним фактором їх соціалізації, але завдання залучення в трудову діяльність усіх осіб з обмеженими можливостями, хто може працювати, не є актуальним. З іншого боку, оцінюючи досвід пострадянського періоду, можна стверджувати, що щодо осіб з обмеженими можливостями по зору та слуху було зроблено чимало їхнього працевлаштування. Так до

цього часу в Україні практично збережено всі спеціальні навчально-виробничі підприємства для інвалідів зору. Для осіб з обмеженими можливостями по зору створюються спеціальні умови – будується житло, підприємства соціальної інфраструктури, спеціальне безбар'єрне середовище для їхньої самостійної просторової орієнтації.

Однією із найважливіших маркетингових детермінант, що визначають ефективність вирішення проблеми працевлаштування осіб з обмеженими можливостями, є їх соціальна поведінка, яка також, на наш погляд, тісно пов'язана з системою економічної безпеки підприємства.

Пропонується всі особи з обмеженими можливостями за маркетинговими детермінантами соціальної поведінки розділити на чотири характерні групи.

1. *Самореабілітована, соціально активна особа з обмеженими можливостями.* Основними рисами даного типу осіб є їх підвищена соціальна активність, прагнення обов'язково здобути професійну освіту та роботу відповідно до своїх інтересів або, у разі неможливості, скоригувати свою професійну спрямованість у бік можливих професій.

2. *Малоактивна, частково реабілітована особа з обмеженими можливостями.* Типовим представником цього типу є особи з обмеженими можливостями по зору. Найчастіше вони мають роботу (або являються колишніми працівниками) підприємства. Вони мають можливість самостійно пересуватися територією підприємства, мають навички самообслуговування. Поза територією підприємства ці особи з обмеженими можливостями почуваються невпевнено і здебільшого не можуть самостійно вийти за його межі. Причинами такого стану справ у більшості випадків є відсутність за межами підприємства безбар'єрного середовища для сліпих і людей з вадами зору, небажання осіб з обмеженими можливостями освоїти навички самостійного пересування поза межами підприємства, а також невміння, а часом і неготовність осіб з обмеженими можливостями до спілкування з людьми, які не звикли до тісного спілкування з такими людьми.

3. *Соціально пасивна, нереабілітована особа з обмеженими можливостями.* Найчастіше це непрацюючі особи, які не мають навичок самообслуговування, із явно вираженими утриманськими звичками. До цієї групи належать, насамперед, особи з обмеженими можливостями — члени громадських благодійних та інших некомерційних організацій, що існують коштом спонсорів, а також особи з обмеженими можливостями, які просять милостині на вулицях і в громадському транспорті. Їхньою типовою рисою є завищена самооцінка своїх можливостей та своєї соціальної значущості, внаслідок чого вони вимагають від суспільства підвищеної уваги до своєї особистості. Типовими представниками цієї групи є молоді особи з обмеженими можливостями, які виростили в сім'ях в умовах гіперопіки та гіперуваги з боку батьків, які іноді випрошують для своїх дітей матеріальну допомогу на придбання дорогих технічних засобів реабілітації, обов'язково необхідних для їх соціальної реабілітації. Однак, маркетинговий ефект такого роду заходів дуже

низький - отримана техніка найчастіше не дає належного реабілітаційного ефекту.

4. *Латентна особа з обмеженими можливостями.* Цю групу складають люди з невираженою зовнішньою інвалідністю, з високим рівнем фізичної мобільності. Основним у тому поведінці є приховування за будь-яку ціну своїх проблем зі здоров'ям від оточуючих. Необхідно відзначити, що більшість захворювань, що повільно розвиваються, проходять латентну (приховану) стадію розвитку. Однак настає момент, коли людина одного разу несподівано для себе помічає проблему здоров'я, що з'явилася. У цій ситуації така особа з обмеженими можливостями має три варіанти поведінки:

- відкрити оточуючим своє лихо, отримати групу інвалідності, за необхідності змінити сферу трудових занять та стати представником однієї з вищеповисаних груп осіб з обмеженими можливостями;

- отримати групу інвалідності, але приховати цей факт від оточуючих, продовжувати колишній спосіб життя, будучи частково латентним інвалідом;

- будучи інвалідом де-факто, не звертатися за групою інвалідності, намагатися продовжувати колишній спосіб життя, тим самим стаючи «абсолютно латентним» інвалідом.

Як суб'єкти ринку праці та маркетингового процесу працевлаштування, на наш погляд, всі особи з обмеженими можливостями можуть бути розділені на дві групи.

*Першу групу* складають особи з обмеженими можливостями, які не мають жодної професії – «некваліфіковані інваліди», перш за все випускники спеціальних та інклюзивних установ загальної середньої освіти та інші особи, які не мають професії та ніде раніше не працювали.

*Другу групу* складають особи з інвалідністю, які мають професію, в якій, у свою чергу, також необхідно виділити дві групи. Критерієм тут виступає професія особи з обмеженими можливостями, точніше, її здатність працювати за нею. Якщо інвалідність не дозволяє людині продовжувати трудову діяльність за своєю професією, вона фактично стає «некваліфікованим інвалідом».

Вирішення проблеми працевлаштування з використанням маркетингових детермінант необхідно починати з визначення наявності у потенційного працівника мотивації до праці, їхнього конкретного змісту. Проведені різними науковцями економічна та соціологічні дослідження [2, 4, 8, 12] показують, що проблема мотивації до трудової діяльності інвалідів у нашій країні практично не є актуальною. Крім матеріального, додатковим мотиваційним чинником є специфічна – комунікативна функція праці.

Для звичайної людини робота насамперед є джерелом матеріальних засобів існування. Особа з обмеженими можливостями, займаючись суспільно-корисною працею, окрім отримання винагороди за неї, відчуває себе, насамперед особистістю, корисною для суспільства. Крім того, трудова діяльність також пов'язана із постійною комунікацією особи з обмеженими можливостями (спілкування з колегами на роботі та ін.). У всьому світі особи з обмеженими можливостями працюють як на звичайних, так і спеціальних (соціальних) підприємствах. У країнах Заходу особи з

обмеженими можливостями працевлаштовуються насамперед на звичайних підприємствах. На спеціальних підприємствах у цих країнах, як правило, працюють люди з множинною інвалідністю, насамперед із порушенням інтелекту. Праця осіб з обмеженими можливостями на спеціальних підприємствах виконує насамперед лікувальну (працетерапія) та комунікативну функції.

Отже, можна стверджувати, що в кількісному плані проблема зайнятості осіб з обмеженими можливостями по зору в нашій країні практично вирішена. Особи з обмеженими можливостями зі слуху також працевлаштовуються на спеціальні підприємства. Водночас їх значну частину працевлаштовано на звичайних підприємствах. У найважчому становищі перебувають особи з обмеженими можливостями інших категорій, передусім – інваліди-візочники. У більшості випадків спеціальні підприємства пропонують такому працівникові-інвалідові монотонну некваліфіковану працю з невисоким рівнем оплати – в основному найпростіші виробничі операції, що не потребують не тільки зорового контролю (для сліпих), але й будь-якого інтелектуального навантаження. Серйозною психологічною проблемою для працівників-інвалідів зору є дві обставини. По-перше, на сьогоднішній момент для більшості сліпих та з порушенням зору осіб спеціальні підприємства є єдиною можливим місцем працевлаштування за місцем проживання, фактично будучи для них довічно. По-друге, ряд виробничих операцій можуть виконуватися людьми з порушеннями інтелекту, праця яких останнім часом стала активно використовуватися цими підприємствами.

Слід зазначити, що для соціальних підприємств зазначені вище проблеми осіб з обмеженими можливостями є практично не актуальними, так як вони спеціально створювалися для масового працевлаштування осіб з обмеженими можливостями, причому працівниками основного виробництва, яке організовано з урахуванням їх можливостей та потреб шляхом створення спеціальних умов для їх комфортного перебування на території підприємств. На звичайних підприємствах спеціальні умови праці для інваліда найчастіше відсутні, і зазначені вище проблеми вимагають оперативного вирішення.

Проведені нами дослідження дозволяють визначити національну структуру установ та організацій, які

займаються опікою осіб з обмеженими можливостями. Їх діяльність та можливості конче необхідно враховувати при формуванні маркетингових домінант осіб з обмеженими можливостями та забезпечені ними більш високих показників економічної безпеки промислових підприємств (рисунок).

Не зважаючи на наявність досить великої кількості установ та організацій в нашій країні, які в більшій чи меншій мірі опікуються справами осіб з обмеженими можливостями, на нашу думку, найбільш оптимальним у соціальному плані є працевлаштування особи з обмеженими можливостями на звичайне підприємство. Саме в цьому випадку найповніше реалізується зазначена вище комунікативна функція трудової діяльності цієї особи. Головною проблемою працевлаштування осіб з обмеженими можливостями на звичайні підприємства залишається небажання суспільства прийняти людину з фізичними проблемами як рівного внаслідок недооцінки її реальних можливостей. Разом з тим наявні у середовищі осіб з обмеженими можливостями утриманські настрої певною мірою підтримують зазначений вище соціальний стереотип. Виходячи з наведеної вище класифікації осіб з обмеженими можливостями на кшталт соціальної поведінки можна стверджувати, що встановлення на обов'язкове працевлаштування мають лише представники першої (соціально активні особи з обмеженими можливостями) та четвертої (латентні особи з обмеженими можливостями) соціальних груп осіб з обмеженими можливостями.

Основною соціальною проблемою маркетингового забезпечення працевлаштування осіб з обмеженими можливостями є фактична неготовність нашого суспільства прийняти їх у свої лави як рівних членів. Можна сказати, що зазначений вище соціальний стереотип щодо інвалідів у громадській думці нашої країни, як і раніше, має високу значущість. У нашому суспільстві поки що не сформовано «соціальне замовлення» на повноцінну соціальну інтеграцію особи з обмеженими можливостями у суспільство. У цьому головним завданням соціальної політики нашої держави щодо осіб з обмеженими можливостями є формування суспільної потреби в їх повноцінній соціальній інтеграції. Головним принципом вирішення проблем людей з обмеженими можливостями має стати пріоритет їхньої соціальної реабілітації.

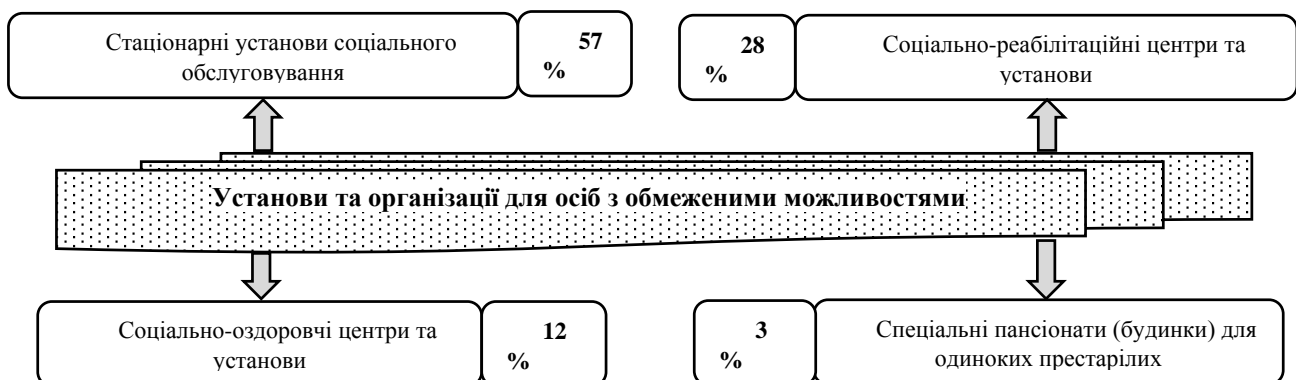


Рисунок 1 – Кількісна структура установ та організацій для осіб з обмеженими можливостями в Україні  
Джерело: авторська розробка

### Висновки та напрямки подальших досліджень.

На основі систематизації інституційних факторів у сфері дослідження маркетингових детермінант осіб з обмеженими можливостями визначено соціально-економічні умови, що забезпечують формування в національній економіці комплексного механізму реалізації трудового потенціалу населення з обмеженими можливостями. Ці соціально-економічні умови включають: відкритість і доступність ринку праці, адаптованість виробничого середовища та трудового простору, інклюзивність системи професійної освіти, підвищення рівня економічної безпеки підприємств, на яких працюють особи з обмеженими можливостями.

### Список літератури

1. Конституція України [Електронний ресурс] URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobieliya T.O. Compliance risk in the enterprise // *Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард-2017"*: тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. студ. та молод. вчених (Харків, 27 грудня 2017 р). Харків : НТУ «ХПІ», 2017. С. 54-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/34528>
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
4. Кобелева Т.О. Комплаєнс-безпека промислового підприємства: теорія та методи: монографія. Харків: Планета-Принт, 2020. 354 с. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>
5. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliya T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
6. Ткачова Н.П. Перерва П.Г., Кобелева Т.О., Формування інноваційної та інвестиційної політики промислового підприємства на засадах збалансованої системи показників // *Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва*. Харків : НТУ "ХПІ", 2015. № 59 (1168). С. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>
7. Старостіна А.О. Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. К.: Знання, 2009. 1070 с.
8. Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobieliya T.O. Compliance risk in the enterprise // *Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард-2017"*: тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. Харків : НТУ "ХПІ", 2017. С. 54-57.
9. Кобелева Т.О. Сутність та визначення комплаєнс-ризиків. *Вісник НТУ "ХПІ" : зб. наук. пр. Екон.науки*. Харків: НТУ "ХПІ", 2020. № 1 (3). С. 116-121.
10. Kosenko A.P., Kobieliya T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 4350.
11. Kosenko A.P., Kobieliya T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106111.

### References (transliterated)

1. The Constitution of Ukraine [Electronic resource] URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр>
2. Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobieliya T.O. (2017) Compliance risk in the enterprise // *Stratehiyi innovatsiynoho rozvytku ekonomiky Ukrainy: problemy, perspektivy, efektyvnist "Forvard-2017"*: tr. 8-yi Mizhnar. nauk.-prakt. Internet-konf. stud. ta molod. vchenykh, 27 hrudnya 2017. [Strategies of innovative development of the economy of Ukraine: problems, prospects, efficiency "Forward-2017": tr. 8th International. scientific-practical Internet conf. stud. and young scientists, December 27, 2017]. Kharkiv: NTU "KhPI". S. 54-57. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/34528>
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Szakaly D., Veres Somosi M. (2012) Technology transfer / P.G.Pererva., Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI». 668 p.
4. Kobyelyeva T.O. Komplaiens-bezpeka promysloвого pidpryyemstva: teoriya ta metody: monohrafiya [Compliance-safety of an industrial enterprise: theory and methods: monograph]. Kharkiv: Planeta-Prynt, 2020. 354 s. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54748>
5. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliya T.A. Compliance program: tutorial. Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. 689 p.
6. Tkachova N.P., Pererva P.G., Kobieliya T.O. Formuvannia innovatsiinoi ta investytsiinoi polityky promysloвого pidpryyemstva na zasadah zbalansovanoi systemy pokaznykiv [Formation of the innovative and investment policy of an industrial enterprise on the basis of a balanced system of indicators] // *Bulletin of NTU "KhPI": coll. of science pr. Topic. issue : Technical progress and production efficiency*. Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. № 59 (1168). S. 96-100. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/20638>
7. Starostina A.O. Marketynh: teoriya, svitovyy dosvid, ukraiyinska praktyka: pidruch [Marketing: theory, world experience, Ukrainian practice: under the leadership]. K.: Znannya, 2009. 1070 s.
8. Kocziszky G., Veres Somosi M., Kobieliya T.O. Compliance risk in the enterprise // *Stratehiyi innovatsiynoho rozvytku ekonomiky Ukrainy: problemy, perspektivy, efektyvnist "Forvard 2017"*: tr. 8-yi Mizhnar. nauk.-prakt. Internet-konf. stud. ta molodyx vchenykh, 27 hrudnya 2017. Kharkiv: NTU "KhPI", 2017. P. 54-57.
9. Kobieliya T.O. Sutnist ta vyznachennia komplaiens-ryzyku [The essence and definition of compliance risk]. *Bulletin of NTU "KhPI": coll. of science Ave. of Economic Sciences*. Kharkiv: NTU "KhPI", 2020. № 1(3). S.116-121.
10. Kosenko A.P., Kobieliya T.O., Tkachova N.P. The definition of industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. Part 2. № 3 (11). 2017. P. 4350.
11. Kosenko A.P., Kobieliya T.O., Tkachova N.P. Forecasting industry park electrical products // *Scientific bulletin of Polissia*. 2017. Part 2. № 4 (12). P. 106111.

Надійшла (received) 02.01.2024

### Відомості про авторів / About the Authors

**Перерва Петро Григорович (Pererva Petro)** – д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного «Харківський політехнічний інститут», вул. Кирпичова, 2, 61002, м. Харків, Україна; ORCID: 0000-0002-6256-9329; e-mail: [pgpererva@gmail.com](mailto:pgpererva@gmail.com).

**Косенко Олександра Петрівна (Kosenko Oleksandra)** - доктор економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри маркетингу; тел.: (096) 366-58-67; ORCID: 0000-0002-4028-7697; e-mail: [kosenkoalexandra1@gmail.com](mailto:kosenkoalexandra1@gmail.com)

**Кучинський Володимир Анатолійович (Kuchinskyi Volodimir)** - кандидат економічних наук, доцент, доцент економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин; Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», вул. Кирпичова, 2, Харків, Україна, 61002; тел.: (050) 530-50-55; ORCID:0000-0002-6058-3709; e-mail: [kuchinskyi09@gmail.com](mailto:kuchinskyi09@gmail.com)