

маркетинговий, інженерний, адміністративний, бізнес-менеджмент тощо) мають як риси схожості, так і відмінності;

Схожість має прояв, перш за все, в існуванні трьох етапів в будь-якому менеджменті: організації прийняття рішення; прийняті рішення; рішенні проблеми;

Відмінність – у різних предметах різних видів менеджменту (у різному характері їх проблем);

Але ризик-менеджмент має особливу, унікальну відмінність: якщо організація прийняття рішення для всіх видів менеджменту включає обов'язкову необхідність чотирьох кроків, то у практиці ризик менеджменту такий крок, як формування набору реальних альтернатив, має стандартний, незмінний состав; він включає чотири стандартні методології.

Дана обставина дозволяє практичним ризик-менеджерам суттєво зменшити обсяг робіт з організації прийняття рішення проблеми, тобто суттєво підвищити ефективність своєї діяльності.

Література:

1. Бабайлов В. К. Менеджмент. Наука и практика: учебник. Х.: ХНАДУ. 2018. 276 с.
2. Бабайлов В. К. Методологія наукових досліджень: навч. посібник. Х.: ФОП Бровін, 2019. 150 с.

СПОЖИВЧА ВАРТІСТЬ АРИСТОТЕЛЯ – ЇЇ ІСТИНИЙ СЕНС

*Бабайлов В.К., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
Левченко Я.С., PhD, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У 2020 році був зроблений несподіваний висновок, що так звана «споживча вартість» не існує – не існує взагалі [1]! Споживча вартість (правильніше – «потребницька вартість») походить від терміну і поняття «потреби». В [1] аргументовано, що потреби будь-якої природи, будь-якого походження не мають вартості, тому що потреби неможливо обміняти ні на товар. Тому потребницька вартість теж дорівнює нулю. Це погоджується й з висновками А. Сміта, який стверджував, що існує тільки трудова вартість – вартість визначається тільки витратами праці [2]. Однак його послідовник Д. Рікардо вважав, що вартість визначається не тільки витратами праці, але й потребами покупця [2]. Більш за те, маржиналісти взагалі вважали, що вартість визначається тільки потребами покупця, споживача. Але мабуть найбільший вплив на помилкову точку зору відносно існування «*потребницької*» вартості має такий авторитетний вчений, яким без сумніву є Аристотель. Саме Аристотель вперше ввів термін і поняття «споживча вартість». Тому метою даної роботи є визначення істинного сенсу споживчої вартості Аристотеля.

Аналіз поглядів Аристотеля щодо споживчої вартості свідчить, що він споживчу вартість визначав як вартість, яка повністю споживається у натуральному господарстві. Тобто він робить акцент на споживанні вже створеної вартості всередині домашнього (натурального) господарства. Тобто, Аристотель фактично ніде не стверджує про походження споживчої вартості від потреб споживача. Він взагалі залишає осторонь питання про джерела, про причині походження споживчої вартості і про визначення її величини. Тому його визначення споживчої вартості ґрунтується на суто зовнішньому – на наслідках, але не на причині, не на істинному джерелі виникнення споживчої вартості. Аристотель взагалі ігнорував саме джерело виникнення вартості. Він приймає як факт існування споживчої вартості, але залишає питання її походження без уваги. Він ще не дійшов до розуміння важливішої ролі праці, витрат праці в формуванні вартості. Це буде зроблено значно пізніше А. Смітом. Саме Сміт запропонував найглибшу ідею, що до споживчої вартості – треба її, перш за все, створити. І тільки після цього можна говорити про споживання створеної вартості (яка, до речі, і дорівнює споживчій вартості Аристотеля). А створення вартості відбувається тільки у процесі витрат праці. Тобто природа (джерело вартості) тільки в витратах праці. Із проведеного аналізу ясно, що споживча вартість Аристотеля – це фактично трудова вартість.

Проведений аналіз споживчої вартості Аристотеля дозволяє стверджувати, що не існує протиріччя між висновком про відсутність споживчої вартості і існуванням споживчої вартості Аристотеля. Вся справа в тому, що споживча вартість Аристотеля фактично є не споживча, а трудова вартість!

Література:

1. Бабайлов В. К., Приходько Д. О. Джерело утворення вартості: момент істини. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету. 2019. № 2 (23). Харків: Стиль-Издат. С. 13–20.
2. Бартечев С. А. Экономические теории и школы (история и современность) : курс лекций. М.: БЕК, 1996. 352 с.

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

*Бачинська О.М., к.е.н., викладач
Подільський спеціальний навчально-реабілітаційний
соціально-економічний коледж*

Сьогодні головним чинником виробництва вважається кадровий потенціал підприємства, від рівня розвитку якого залежить ефективність господарської діяльності та місце підприємства на ринку.

Не варто вважати категорії «кадри» і «кадровий потенціал» тотожними. Кадри – це статична (кількісна) чисельність працівників різних спеціальностей,