

УДК 65.012.8:336.13

**ТЕОРІЯ СТВОРЮВАЛЬНОГО ЗАДОВОЛЕННЯ В КОНТЕКСТІ
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА**

**THEORY OF CREATIVE SATISFACTION IN THE CONTEXT OF
ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE**

канд.екон.наук І.В. Воловельська

Український державний університет залізничного транспорту

PhD (Econ.) I.V. Volovelska

Ukrainian State University of Railway Transport

Основне призначення економіки-це забезпечення нормальних умов господарювання . І якщо раніше ці умови полягали лише в задоволенні потреб, то зараз, більшою мірою це задоволення бажань.

На погляд автора, етапи постіндустріального економічного розвитку повинні виглядати наступним чином:

1. Економіка споживання
2. Економіка вражень
3. Створювальна або Інноваційна економіка
4. Економіка щастя
5. Моральна економіка

Економіка споживання. Мається на увазі: не реальні потреби змушують споживача купувати, але фінансовий добробут і громадська думка. У виробників з'являється термін " заплановане старіння», а також термін «штучні потреби».

Під «запланованим старінням» мається на увазі, що куплене вами морально застаріле і не користується попитом, а «штучні потреби» це те, без чого ви цілком можете обійтися, але за даними виробника, тільки цей продукт зробить ваше життя повноцінним.

Гроші перестають бути засобом для досягнення мети, вони самі стають метою.

Соціальні, морально-культурні цінності відходять на другий план.

І у висновку опису цього етапу хотілося б зупинитися на моделі взаємозв'язку споживача і виробника, моделі AIDA, яка была разработана в 1896 году [1].

Спочатку ця модель була представлена Е. Левісом і мала чотири послідовних етапи :

- A-Attention (увага-мета-звернути увагу споживача на продукт);
- I-Interest (Інтерес. Мета-збереження інтересу споживача.);

- D-Desire(Бажання. Мета-перевести інтерес в бажання придбати товар).
- A-Action (Дія. Мета-привести вас до покупки.).

Ми не дарма ілюструємо цю модель, так як на наступних етапах розвитку економіки до неї будуть приєднуватися нові елементи, що характеризують новий етап.

Наступний етап розвитку економіки - це "економіка вражень". Джозеф Пайн і Джеймс Гілмор [5] довели, що цінова війна зовсім не основний інструмент конкурентної боротьби, так як може привести до втрати прибутку, а існує інший шлях. Вони розробили нову концепцію, в основі якої лежить постулат про те, що «враження – це окрема економічна пропозиція». Тут споживач платить не за товар, а за власні відчуття і емоції. На думку автора це відбувається через те, що основне коло придбаних товарів і послуг по суті залишився тим же, як і століття тому: їжа, одяг, засоби пересування...і справа не стільки в нових технологіях, ці товари оточуючих, але в тому, що їм необхідно нове оформлення – занадто висока конкуренція, а ціни практично однакові, як і якість.

І тут, наведена раніше модель AIDA набуває ще одну складову – s-satisfaction-задоволення. Тобто клієнт отримує повний набір задуманих ним якостей товару плюс власні позитивні емоції.

Економіка створення або Інноваційна економіка. Причини її появи-агресивна конкуренція, глобалізація, екологічна криза, перенаселення планети.

Інновації вимагають від системи економічної безпеки як жорсткого контролю над збереженням інформації, так і над пошуком нових кадрів і управління підприємством за допомогою новітніх технологій в області розвитку творчого мислення.

Чим глибше інновації входять в суспільне життя, тим більш очевидним стає перехід зі сфери товарного виробництва в сферу послуг, потім вражень, потім щастя і т.д. чим легше стає людська праця, чим більше роботи виконують машини, чим більше цифровізується виробництво, тим більше часу у людини залишається для саморозвитку і самовдосконалення.

Згідно з дослідженням PwC, споживачі витрачають на 16% більше на ті товари і послуги, які дозволяють їм отримати більш високу якість обслуговування і приємні враження від процесу придбання товару. За іншими даними 78% людей охочіше платять за досвід і враження, ніж за речі[6].

Економіка щастя. Відмінність економіки щастя від інших видів економіки полягає в тому, що основною метою виробника стає не отримання прибутку або виконання поставлених цілей, але задоволення споживача.

І тут модель виробник-споживач набуває, на нашу думку, ще одну складову S-satisfaction-задоволення, але не задоволення споживача, а творче задоволення – тобто задоволення виробника від задоволення споживача, тобто місія підприємства вважається виконаною, коли повністю здійснені всі бажання споживача і він рекомендує вас своєму оточенню.

Що являє собою економіка щастя? Найкраще поняття щастя ілюструє "парадокс Істерліна". Згідно йому, після "точки пересичення" матеріальні засоби перестають бути основною метою людського існування і перестають приносити задоволення.

Дохід перестає грати чільну роль в житті людини. Виробник отримує задоволення від задоволення покупця (творче задоволення)

Для економічної безпеки цей етап стає вирішальним, так як вона починає працювати на принципах створювального задоволення.

Моральна економіка. Це вищий етап економічного розвитку постіндустріального періоду.

Моральність оцінюється більшістю вчених, як необхідність, що забезпечує рівновагу життєвих сил, властивих вищим істотам [4].

Існує кілька загальновизнаних моделей моральної економіки; даний термін введений в обіг економічної науки в кінці 20 століття [2,3].

Моделі моральної економіки:

1. Перша модель. Основний постулат: духовне первинно; матеріальне потім

2. Друга модель . Для цієї моделі характерно рівноправність і взаємозв'язок матеріальних і духовних основ в новій економіці.

3. Третя модель. Тут з'являється нове поняття «розумна моральність».

4. Четверта модель. Ця модель відрізняється від попередніх кардинально. Якщо попередні три моделі розглядають економіку і моральність у взаємозв'язку, то ця модель пропонує розглядати два цих поняття в стані конфлікту, так як на думку вчених, які дотримуються цієї теорії, матеріальне і духовне несумісне, той, хто прагне до грошей і влади не має моральних принципів, а той, хто прагне до досконалості душі – не може думати про збагачення.

Що ж відбувається в системі економічної безпеки в період "економіки моральності". Основою її побудови стає постулат про те, що підприємство працює на принципах творчого задоволення, працівники – на принципах творчої свободи і самовдосконалення, блок психологічного впливу втрачає систему мотивації, так як співробітники одержують задоволення від роботи і задоволення клієнта, а заробітна плата для них не основний мотив, так як її вистачає на забезпечення всіх потреб і бажань.

[1] Дикань, В.Л. Управління бізнесом [Текст]: підручник / Дикань, В.Л., ПанченкоС.В.,

Маслова В.О., Воловельська І.В.- Х.: УкрДАЗТ, 2017. – 315 с

[2] Клюня В.Л.; Черновалов А.В. Нравственность и экономика: сущность, модели. Минск: ГИУСТ БГУ, 2016 – С.97-98

[3] Кольчева Е.Ю. Взаимосвязь экономики и нравственности в истории философской мысли: диссерт. канд. филос. наук: 09.00.03/Е.Ю. Кольчева.- Курск.: Курский гос. Университет. 2012.- С.89094

[4] Макарова Л.И. Нравственная экономика: сущность и предпосылки становления. №22(103)-2007. Оценка экономических явлений. Экономический анализ: теория и практика

[5] Пайн Джозеф, Гілмор Джеймс «Економіка вражень». источник: <http://www.management.com.ua/marketing/mark212.html>

[6] <https://kachestvo.pro/kachestvo-upravleniya/instrumenty-menedzhmenta/dzhozef-peyn>

УДК 341.9

АВТОРСЬКІ ПРАВА НА ТВОРИ, СТВОРЕНІ ЗА ДОПОМОГОЮ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

COPYRIGHT TO WORKS CREATED BY ARTIFICIAL INTELLIGENCE

канд. юр. наук Л.І. Галунова

Національний університет «Одеська юридична академія»

PhD (Law) L.I. Halupova

National University "Odesa Law Academy"

Перші наукові дослідження штучного інтелекту були проведені ще в середині ХХ століття. Поняття штучного інтелекту як науки сформулював професор Дартмутського коледжу Джон Маккарті у 1956 році [1, с.190]. Маккарті було вперше використано математичну логіку як основу штучного інтелекту. В 1958 він запропонував комп'ютерну програму advice taker, яка надихнула послідовників створювати роботів, що могли давати відповіді на запитання та яким було притаманне логічне програмування.

Незважаючи на певні наукові здобутки в даній сфері, все ще залишається малодослідженим питання щодо авторства на об'єкти створені штучним інтелектом та питання охорони та захисту прав інтелектуальної власності на такі об'єкти.

Сьогодні, технології, пов'язані із штучним інтелектом в ХХІ столітті зустрічаються в багатьох сферах, серед яких: медицина, торгівля, освіта, сільське господарство, промисловість, оборона та інші. Штучний інтелект з кожним днем все частіше використовується людиною та доводить ефективність його застосування.