

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-52>

УДК 08.01.04.330.332(447.82)

ГУМАНІТАРНІ ІННОВАЦІЇ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ПОСЛУГ

HUMANITARIAN INNOVATIONS OF THE ECONOMY OF SERVICE SECTOR ENTERPRISES

Куцик Петро Олексійович

доктор економічних наук, професор, ректор,
Львівський торговельно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5795-9704>

Шевчик Богдан Михайлович

доктор економічних наук, професор,
Львівський торговельно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0004-325X>

Семів Сергій Романович

кандидат економічних наук, професор,
Львівський торговельно-економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4682-7359>

Kutsyk Petro, Shevchyk Bohdan, Semiv Serhii
Lviv University of Trade and Economics

Досліджуються ноуменальні способи досягнення економічної ефективності на засадах інноваційного розвитку підприємств сфери послуг в умовах поширення цифрових і квантових технологій та штучного інтелекту – гуманітарні соціокультурні проекти аксіологічно-екзистенційних інновацій нооекономіки ідеаційної культури. Наголошується на еволюції змістів пропозиції послуг у процесі розвитку сучасних технологій та екзистенційних відмінностях між інженерним та гуманітарним проектами сфери послуг, зокрема підприємств, які їх надають. Стверджується, що саме гуманітарна інновація сфери послуг у добу цифрових технологій виступатиме еталонним патерном збереження трудової присутності людських ресурсів, чим зберігається субстанційне вираження економічної вартості. Подано авторське розуміння свободи споживчого вибору у сфері послуг в умовах «архітектури вибору». Стверджується, що надання підприємствами послуг як гуманітарних інновацій, формує ментальний патерн «аксіологічної асиметрії» як ефект онтологічної новизни споживної вартості послуги, так званий «якір». Обґрунтовується соціокультурний підхід для пояснення особливостей інноваційного розвитку сфери послуг цифрових і квантових технологій і штучного інтелекту. Економіка послуг, які надають підприємства, чуттєвої культури трактується як спектакулярна пропозиція вражень як симулякрів. Гуманітарна інновація екзистенційної послуги розглядається як альтернативний проект гуманоміки ідеаційної культури у забезпеченні економічної ефективності підприємств сфери послуг у період соціокультурних флуктуацій сучасності. Символічний обмін майбутнього трактується виключно крізь призму економіки послуг, які надаються підприємствами у континуальній протяжності інформаційно-цифрових мереж у формі гуманітарних інновацій.

Ключові слова: економіка послуг, економічна ефективність, гуманітарні інновації, гуманоміка, підприємства сфери послуг, антикрихість.

The noumenal methods of achieving economic efficiency on the basis of the innovative development of enterprises in the service sector in the conditions of the spread of digital and quantum technologies and artificial intelligence are studied - humanitarian socio-cultural projects of axiological-existential innovations of noo-economics of ideational culture. Emphasis is placed on the evolution of the contents of the service offer in the process of the development of modern technologies and the existential differences between engineering and humanitarian projects in the field of services, in particular, the enterprises that provide them. It is argued that it is the humanitarian innovation of the service sector in the age of digital technologies that will serve as a reference pattern for preserving the labor presence of human resources, which preserves the substantial expression of economic value. The author's understanding of the freedom of consumer choice in the field of services in the conditions of the "architecture of choice" is presented. It is argued that the provision of services

by enterprises as humanitarian innovations forms a mental pattern of "axiological asymmetry" as an effect of the ontological novelty of the consumption value of the service, the so-called "anchor". A socio-cultural approach is substantiated to explain the features of the innovative development of the service sphere of digital and quantum technologies and artificial intelligence. The economy of services provided by enterprises, sensual culture is interpreted as a spectacular offer of impressions as simulacra. Humanitarian innovation of existential service is considered as an alternative project of humanomics of ideational culture in ensuring the economic efficiency of enterprises in the service sector in the period of socio-cultural fluctuations of modern times. The symbolic exchange of the future is interpreted exclusively through the prism of the economy of services provided by enterprises in the continuous extent of information and digital networks in the form of humanitarian innovations.

Keywords: service economy, economic efficiency, humanitarian innovations, humanomics, service enterprises, antifragility.

Постановка проблеми. В економіці інновації розуміються виключно як технологічна зміна інженерного вдосконалення машинних засобів для збільшення обсягу виробництва в умовах скорочення витрат з метою поліпшення умов існування людини у світі. Тобто інновації стосуються зміни середовища, а не людини, хоча і для людини. Нові машини є інструментами таких змін. І чим більше машина (уречевлена праця) заміщуватиме людину (живу працю), тим більшою буде трудова присутність людини у сфері послуг. Але у перспективі розумна машина витіснить людську працю з усіх сфер надання послуг, де потік вартості підлягає оцифруванню (а економічна вартість оцифрована априорі). Що ж залишиться людині окрім пасивного безмежного споживацтва?

Машина – наприклад, штучний інтелект – не зможе замінити людину у царині духа, зокрема у сфері пропозиції текстів екзистенційного призначення. Машина не сформулює для людини відповіді про сенс її життя. Машина може лише пропонувати сутнісно емансиповані тексти – симулякри, які можуть естетично подразнювати чуттєві рецептори, пропонувати горизонти смаку і матеріал рефлексії, слугувати химерними алегоріями домислів, але нічого не скажуть про цілі і призначення там, де людина перекреслила тварину у собі. Гуманітарні інновації економіки послуг для потреб духа – сублімованої чуттєвості – здатний продукувати лише дух особистості, де Суцний постав через досвід Істини у континуальних безмірах людської душі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Формулювання тематики не виглядає новим, проте підхід, а отже метод, виявив складність, що супроводжує практично усі міждисциплінарні дослідження, що відображено у добірці використаної літератури. Передусім, це теорія економічного розвитку Дж. Шумпетера [16], концепція «чорного лебедя» та антикрихкості

соціально-економічних систем Н. Талеба [13], поведінкова економіка передбачуваної ірраціональності Д. Аріелі [1], концепція «гуманоміки» Д. МакКлоскі [8; 9], концепцію «вітрьільника» потреб С. Кауфмана [5], концепцію «дифузії інновацій» Е. Роджерса [12] та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є з'ясування історичних, технологічних, соціокультурних та екзистенційних передумов поширення гуманітарних інновацій економіки послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. З екзистенційної точки зору будь-яке благо є різновидом послуги: навіть продукти харчування є послугою природи для забезпечення енергетичної спроможності людського організму. «Апостол доктрини свободи» Фредерік Бастіа визначав суспільство як простір обміну послугами: суму послуг, що надається визначав як власність, а співвідношення обмінюваних послуг – як вартість. Здатністю свідомо надавати послуги людина відрізняється від тварини. І якщо Жорж Батай визначав людину як тварину, яка себе заперечує, то способом заперечення тварини-у-собі і є цілеспрямоване взаємонадання послуг одних одним.

В економіці послуга – це благо, що зумовлює ефект зворотної транзитивності еквівалентної взаємності. Тому послуга – це товарподія, наділена вартістю, яка відображає інтенсивність потреби. Міра темпоральності послуги, де детермінуючим чинником виступає людська праця, визначається як ціна ринкової пропозиції. Послуга – це суспільний винахід колегіального способу задоволення індивідуальних потреб. Послуга – це акт усвідомленої офіри, де атрактивність виправдано редукована до інтересу. Тому це міновий акт, а не зобов'язуюче дарування, оскільки еквівалентна репрезентація у грошовій формі відома заздалегідь. Послуга від ужиткової речі відрізняється незворотностю ефекту спо-

живної вартості, яка зводиться до одноразової корисності надання: двічі в одну річку не ввійдеш – це про послугу. Вартість послуги, як і будь-якого товару, включає в себе вартість витрат і очікувану величину монетизованої вигоди, які перебувають в оберненій залежності. Мотивуючим чинником активності виступає перспектива вигоди, а це означає, що зважування альтернатив застосування ресурсів стосується не цілей, а засобів. Тому Л. фон Мізес справедливо стверджував, що економіка як наука – це вчення про засоби, а не цілі. Наратив економічної мети відомий і однозначний – реалізація грошової вигоди.

Проте надання послуги, як і продаж будь-якого товару, передбачає врахування витрат як інструментальної умови її наявності, а отже останні слугують детермінуючим чинником вимушеної необхідності. Ця необхідність виступає обмежувальним тягарем інтересу максимізації монетизованої вигоди. Оскільки субстанцією вартості є праця, то інтерес вигоди спрямований на мінімізацію вмісту праці: спочатку живої, а надалі – уречевленої. А оскільки вартість відображає дефіцит, то використання ресурсів потрапляє в ентропійну пастку закону зростаючих граничних витрат. Виходом із ситуації понижувального гомеостазу стає інженерно-технологічне винахідництво. Проте, між інженерними інноваціями виробництва речей і атрактивними інноваціями надання послуг існує принципова різниця, яка не завжди помітна дослідниками із сфери природничих наук, якими все більше стають економісти: ефектом впливу послуги є не стільки енергетичні процеси у матеріальній природі, як інформаційні процеси у людській свідомості, зокрема сфера чуттєвих вражень, почуттів та емоцій. Послуга безпосередньо спрямована на людину, а не опосередковано через засоби виробництва. Тому послуга – ринкове явище. Оскільки послуга передбачає спонуку до надання задоволення, вона включає інтенціональну спрямованість очікуваної спокуси, а отже – темпоральну міру регулюючого доступу до процесу задоволення, що й слугує джерелом прибутковості. А це означає, що у сфері послуг, на відміну від матеріального виробництва, пріоритетне місце займають не інженерні, а гуманітарні інновації.

Гуманітарна інновація – це шахування образу світу, естетично, аксіологічно, нормативно та праксеологічно вдосконаленого буття людини, у якому екзистенція турботи присутності подолала існуючі суперечності між буттям і небуттям. А це означає, що кожна

гуманітарна інновація пропозиції послуги є культурним проектом духовного розвитку людини і суспільства. Отже, підприємницька діяльність надання послуг є культурною діяльністю, вміщуючи в себе атрактивну складову і, водночас, переслідуючи мотив прибутку.

Горизонт темпоральності послуг принципово відмінний: від рішення про необхідність споживання (наприклад, послуга дантиста як безальтернативна вимога, тобто навіть не потреба), до зважування альтернативних позицій на основі оцінки спадної траєкторії корисності (вибір способу розваги тощо).

Ми розпочали з того, що кожне благо є послугою тією мірою, якою воно надається іншим. Тому кожна послуга має екстравертну інтенціональність – задоволення потреби іншого. Так було і є відтоді, коли винайдення грошей забезпечило еквівалентний обмін, уможлививши становлення суспільства як ринку. Тобто мінова послуга стала тотальним соціальним фактом в усіх куточках світу. Проте послуга, як і будь-який товар, несе у собі перспективу суперечності у сфері розподілу. Процес наростання цієї суперечності проявляється в міру інтенсивності вирівнювання середньої норми прибутку до режиму гомеостазу, коли вартість і, відповідно, доходи будуть представлені виключно сумою послуг тільки праці, а не капіталу, де в силу дії закону зростаючих граничних витрат норма амортизації урівнюється із інтенсивністю капіталовіддачі. Цей стан є основним мотивуючим чинником інженерного винахідництва та підприємницької ініціативи нових комбінацій існуючих ресурсів.

Справа в тому, що чистий підприємницький прибуток, за Дж. Шумпетером, – це така ситуація розподілу, коли інноваційне застосування на основі нульових альтернативних витрат використання задіяних факторів виробництва, анулює протяжність часового лагу між бажаним і очікуваним у структурі попиту, де образ нового досвіду задоволення розширює горизонт споживчих потреб. Мета інноваційних технологій – додаткове спресування часу, що реалізується у двох контекстах: виробничому і ринковому. У виробництві застосування нової машини кількісно інтенсифікує уприсутнення речей у локальному діапазоні робочого часу. Логіка проста: більша кількість енергії за коротший проміжок часу. Тут діють закони фізики, про що писав ще у першій половині XIX ст. Дж. С. Мілл. У ринковій ситуації на чільне місце виходить не фізич-

ний, а психологічний, суто людський фактор. І тут стає цікаво.

Перш за все, послуга – це продукт, що реалізує корисність тут і тепер, а отже задоволення споживача не відтерміноване (бо тоді послуга не вважатиметься наданою), а моментальне. Справа в тому, що миттєвий спосіб задоволення потреб автоматично розширює їх горизонт: коли тривалість очікування конвертується у негайний доступ, здатність споживання стає гіпотетично безконечною. Щодо дії закону спадної граничної корисності, вибудованому на рефлексивній оцінці шкали потреб, що може загальмувати інтенсивність споживання, то стратегія мистецтва спокуси передбачає застосування спонукального патерна «архітектури вибору» – ненав'язливо нав'язуваної потреби, яку потенційний споживач починає трактувати як свій власний вибір.

Інший бік проблеми: вибір людини базується на досвіді. А досвід виникає як екзистенційний шаблон, що є результатом минулого порівняння потреби і результату, отриманого внаслідок зважування альтернатив. Так виникає ментальний патерн – шаблон розуміння вартості, іманентний образ аксіологічного еквівалента, на основі якого потенційний споживач діє як ринковий агент, визначаючи утилітарні чи атрактивні переваги. Що це означає? – Стратегія вибору передбачає порівняння не речей (їх функцій і властивостей), а уявлень про ідеальні властивості. Тобто, силою спонуки вибору преїскуранту послуг є, по-суті, майя, спонукання мерехтіння тіні на стіні платонівської печери, ілюзія розуму і сон серця. У поведінковій економіці це називається «якір» – уявлюваний знаменник-першооснова, від якого відштовхуються усі когнітивні оцінювання усвідомлюваної міри корисності, а отже – готовності платити. «Якір» – свідомість базової оцінки – формує ментальний патерн «іманентної стабільності» – повторюваної дії на основі власної попередньої поведінки, детермінізму індивідуального досвіду, інерції відомого для інструментального протистояння невизначеності.

«Архітектура вибору» – це таке мистецтво моделювання уяви, коли спокуса новизни емансипує від страху невизначеності, орієнтуючи незнайомі очікування на звичний «якір» знайомих уподобань, потребу повторної насолоди. Так формується новий «якір» потреби в океані ринкових спокус суспільства масового споживання, де чуттєве враження стає колекційною необхідністю екзистенції турботи, тобто буттям. Відбувається редукція буття до

споживання – комфортного стану рецепторів відчуттів, що є цілеспрямованою стежкою повернення людини у тваринний стан емоційної чуттєвості невідрефлексованих вражень. Це і є сучасний сценарій екзистенційного прокляття «вічного повернення», якому має протистояти інноваційна творчість у духовній свободі.

«Якір» – базова одиниця пам'яті, що запускає активуючу силу вибору. А це означає, що нав'язуване уподобання чуттєвої екзистенції (власне послуга) має корелювати із «якорем» пам'яті – іманентним патерном «вічного повернення», що стає джерелом комерційного прибутку. Маніпуляція «якорем» – сила магії маркетолога, провокуючи готовність платити за реанімацію минулої насолоди у прирості уявлюваної спокуси. Так воля до ідеалу редукує у гедоністичну пастку тварності. А це означає, що попит не є автономною ринковою силою, він – елемент пропозиції, розрахунку хитрого неогоціантанта, що маніпулятивно нанизує «якорі» ментальних уявлень як свій майбутній дохід. То що ж тоді можна вважати свободою споживчого вибору?

Якщо послуга є ненав'язливо нав'язуваною де-факто тут-і-тепер існуючою пропозицією як можливістю-спокусою чуттєвої насолоди, де воля до безконечності (як потреба нового) корелює із «якорем»-досвідом пережитого задоволення – тобто, є точкою синтезу двох типів уявлюваного задоволення: ілюзії минулого та ілюзії майбутнього, – то власне вибір, як подія свободи волі, має два шляхи актуалізації: 1) як усвідомлювана необхідність; 2) як причинність із себе. І перше, і друге, є джерелом комерційного прибутку від реалізованої послуги. Але існує суттєва відмінність в екзистуючій конотації акту вибору. Патерн «усвідомленої необхідності» є предметом технології nudging-маніпуляцій із «якорями» досвіду чуттєвих насолод, внаслідок чого суб'єктивна ірраціональність стає очікуваною, прогнозованою, передбачуваною та інструменталізованою, тобто стає об'єктом застосування влади впливу, що латентно обмежує свободу; споживач стає неусвідомленою жертвою маніпулятивного впливу чужого егоїзму – максимізації грошової вигоди від реалізації штучно нав'язуваної зовнішньої потреби, монетизованої волі до влади.

Причинність-із-себе (або іманентна каузальність) є насправді когнітивно-екзистенційним актом каузальності-каузальності. Справа в тому, що свобода – дитя невизначеності, яка є присутністю безконечності –

можливості всього. Події буття світу, які приходять із невизначеності майбутнього, у поступальній послідовності через поріг теперішнього – мить часу – стають здобиччю Хроноса, безповоротно втраченим минулим. Таким чином свідомість – це екран фіксації плинності вибіркового дійства існуючого у континуальній безконечності, яка, проявляючись як буття, із недиференційованої потенціальності майбутнього перетікає і зникає у незворотній безодні минулого. Послуга (під цим кутом зору) – це поглиблений обшир горизонту душі, що інтенсифікує подієву темпоральність плину вічно мінливого теперішнього у відмерле минуле і вічне народження миттєво помираючого майбутнього. Потреба людського духа – це потреба неможливого: конвертація миттєвості у вічність особистого буття. Людина опиняється перед екзистенційною прірвою нездоланності часу: мертвої вічності минулого, примарної вічності теперішнього і невідомої вічності майбутнього. І коли вістря свідомості стикається із ликом часу, душа переживає безнадійну тугу за вічністю як тотальною повнотою-себе. Мить такого пережиття називається щастям. Послуга – це пропозиція сценарію подібного щастя, що надається одними людьми для інших: вічність заглядає в душу через очі ближнього.

Порядок – це коли поступальна тяглість змін стає передбачуваною, а отже керованою та регульованою у засобах і цілях. Проте для живої системи (наприклад, біологічного організму) передбачуваним є тренд співвідношення між минулим і майбутнім: усе, що народжується – помирає, кожен початок має передбачуваний кінець. Але чи передбачувана миттєвість? Що саме постане актом буття із потенціалу безконечності? І як зреагує душа на уприсутнену у миттєвості подію безконечного семантичного вакууму? Послуга – це пропозиція уможливленої повноти події для досягнення чуттєвої повноти душі.

Метод наукової абстракції, зокрема використання математики в економіці, окрім очевидних переваг кількісної репрезентації можливостей, має одну суттєву хибу, якою ігнорують фахівці природничих наук, котрі досліджують неживу природу: оцінка не пережитих, а лише уявлених абстрактно подій минулого породжує ілюзію каузальності тому, що випадок не вкладається в прогноз і тоді неочікуване помилково трактується як передбачуване. А оскільки мислення «пригадує минуле», то коли феномен випадкового (як досвід і статистичний факт) закладається

у модель як прогнозовано-передбачуване майбутнє у кількісних співвідношеннях часових послідовностей – крах стає питанням часу. Це навіть не ентропія природи, це безумство вчених, або, як писав Григорій Сковорода, «глупомудрих мавп».

Феномен послуги привідкриває таємницю вказаної суперечності: так, кожна подія у людському житті безповоротно зникає у минулому; але що залишається? Є резонанс душі від події, капіталовіддача світу через подію для зростання духа. Тобто, має місце зміна не в часі, а в свідомості. І ця зміна – це не просто вибіркоче запам'ятовування згідно із утилітаристським принципом максимізації насолоди. Формується так званий ментальний патерн «аксіологічної асиметрії», коли одні наслідки подій суттєвіші та важливіші за інші. Рідкісна неспростовна подія, що викликала екстремальні наслідки струсу духа, стає присутністю безконечності, адже усе, що відоме, є обмеженням, детермінізмом, через що будь-яке софістичне знання є торгівлею вразливості, оскільки передбачувана мінливість – це лише інтерпретація визначеності, правдоподібна ілюзія, редукція каузальності, що нагадує впевненість у майбутньому мешканців давньої Помпеї, які звикли до здригання землі під ногами, адже Везувій ніде не числився статистичним показником. Так «сірі носороги» передбачуваних катастроф стають «чорними лебедями» проігнорованих катастроф – фатальною ціною вченого неуктва, де економісти – перші представники некрофільного священства, які це заперечують.

Отже, з одного боку – «якір» є штампом маніпуляції у свідомості в оцінюванні, а з іншого – ці «якорі» вразливі, бо формують ментальну залежність та інерцію мислення, утворюючи небезпечну ілюзію передбачуваності у мінливих ситуаціях долі. Так числовий детермінізм природи, відображений у свідомості як досвід знання статистичних рядів праксеологічної активності, зіштовхнувшись із асиметрією нелінійності випадкової події, коли в очікуваному діапазоні реакції шкоди від наростаючої інтенсивності процесу більше, ніж користі від зменшення його інтенсивності – може стати інтелектуально довершеним вироком для життя, похоронним маршем його екзистенції. Альтернативою може бути тільки гуманітарна послуга.

Сучасний економіст-теоретик – це цифрова Касандра, яка постійно заперечує помилковість своїх пророцтв (а помиляється

вона практично завжди із вище зазначених причин). Причиною цієї героїчної тупості псевдопророцтв усіх сучасних Касандр економічної науки є нерозуміння суті свободи. Ідеологія лібералізму, за словами Л. фон Мізеса [10], чітко окреслила для себе межі предмета своєї інтерпретації, а отже – свого застосування: це вільна можливість низової ініціативи приватних власників генерувати матеріальний добробут і розподіляти його через ринкові механізми. Дуже вузька і дуже прикладна функція свободи. Аргумент зрозумілий: турбота про екзистенцію духа починається там, де задоволено матеріальні потреби. «Але ж тих потреб безліч», – каже економічна теорія. Тоді виходить, що життя людини нічим не відрізняється від життя тварини: постійний пошук засобів існування. Де ж тоді та межа, на якій позбавлена шерсті тварина починає заперечувати тварину-у-собі, концентруючи волю до життя не лише у вимірах утилітарного відтворення, а й ідеального буття? Адже свобода – абсолютна цінність ліберальної ідеології – це більше, ніж усвідомлення примусу вибору з-поміж нав'язуваних природою і суспільством альтернатив, наприклад, спрямування обмежених у доступі ресурсів у ті сфери виробництва, де сигнатура цін інформує про перспективи максимальної прибутковості у поточній мінливій дійсності постійно змінюваних потреб – свята необхідність благородного прокляття: а де тут потреби духа, що реалізуються через творчість? У ліберальній формулі свобода – це вуаль свідомості на черепі фатуму.

Сформулюємо запитання так: чому треба говорити про потреби духа в економічному дискурсі? Ліберали відмахуються: потреби духа є індивідуально-унікальними і становлять предмет особистої турботи без стороннього впливу. Але це хибна теза хоча б тому, що змісти свідомості, які слугують будівельними блоками індивідуального собору ідентичності-себе в екзистенційній повноті, – успадковуються. Виховання, знання, розуміння, культура, традиція, екзистенція – все успадковується. Культура – це спадщина, вісь координат інтерпретації-себе. Культура – це аксіологічні легені душі, де вдихається вітально прийнятне і видихається ентропія моральних нечистот. Тотальність необхідності, замаскованого фаталізму як розуміння свободи – це або діагностика кризи культури (сучасної культури нігілізму), або інерція культурної традиції, наприклад ідеї напередвизначення. Там, де є необхідність, не може бути свободи,

бо є примус вибору, а «ділами закону не врятується ніхто».

Отже, залишається друга інтерпретація свободи як причинності із себе. Передусім, чому це важливо? Сучасна цивілізація – штучний світ техногенезу цифрових технологій, штучного інтелекту і світанку квантових технологій – підходить до можливостей організації виробництва споживчих благ у режимі нульових граничних витрат. Це означає декілька революційних явищ: по-перше, анулюється принцип дефіциту (нульові граничні витрати скасовують закон детермінізму обмеженості ресурсів); по-друге, скасовується «закон вартості», оскільки машина з «вічним двигуном» не потребує залучення живої праці людини; по-третє: немає вартості – немає об'єктивних підстав формування ціни ринкової пропозиції шляхом підрахунку витрат, – а отже, речі перестають функціонувати як товари і організація суспільства як ринку покидає арену історії? (якось дурня!); по-четверте, якщо людина від тварини відрізняється усвідомленою діяльністю взаємонадання послуг, то або «штучна мавпа» знову редукує у стан первісного примата Ч. Дарвіна, або послуги надаватимуться у неринковий спосіб (невже знову централізовано як у проклятих міфах комунізму?); по-п'яте, якщо праця створила людину, то що з нею буде, коли цифрові технології витіснять її з усіх сфер виробництва, а штучний інтелект – з усіх сфер надання послуг? Невже людину чекає безтурботне прокляття пасивного раю: фаталізм споживацької атрофії духа, грандіозна помста природи «штучній мавпі», яка на світанку історії кинула їй виклик автономністю існування себе, перетворивши Велику Матір у ресурсну базу гедоністичних потреб?

Є різниця між зважуванням альтернатив і зважуванням ймовірностей. Перші виражають детермінізм природи, другі – безконечність духовних можливостей. Ймовірність – це уявлюваний образ потреби духа, мрія серця, дар одкровення, осягнута таємниця прониклої в душу істини, німий голос Архетипу, що прорвався на екран свідомості висвітленим образом інтимних глибин, згусток сили любові до життя. Це і є свобода як причинність із себе: воля до опредметнення ідеального через творчість, іманентна потреба духа стати подією буття світу у красі наближеного ідеалу.

Послуга досвіду містерії ідеального – ось сфера застосування людського ресурсу на безальтернативній основі з боку машини. Людська екзистенція – це потреба душі, що

постійно пригадує себе серед безлічі сигналів у внутрішній безодні для довершення віднайдення онтологічної повноти-себе у Слові Світанку Першого Дня, коли всі дихали Єдиним у незайманій чистоті примордіальної досконалості. Відповіді на потреби духа, що стосуються турботи спадщини безсмертя у культурній континуальності пропозиції естетичних, нормативних та когнітивних ідеалізацій можливого як дійсного, визначаються нами як інноваційні гуманітарні проекти екзистенційних послуг.

Що ми спостерігаємо у сучасних модифікаціях економічних систем? Ми спостерігаємо цікаві тренди історичної темпоральності цілей виробництва: індустріальне виробництво → постіндустріальне виробництво → економіка послуг → економіка вражень. Сучасна економіка – це спектакулярна пропозиція симулякрів: чуттєвих вражень, що не потребують рефлексивності як умови споживання тексту. Економіку розуміли і розуміють як науку корисливої діяльності, спрямованої на досягнення чуттєвих насолод через метаболізм еквівалентних репрезентацій, забезпечуваний грошовими знаками. Інше розуміння економіки не уявляється: єдина допустима атрактивність – це сублімація егоїзму через «невидиму руку» ринкової конкуренції. Але той, хто володіє знанням причин, творить наслідки не просто передбачуваними, а довершеними. А тому потреба, як вияв детермінізму природи на екрані свідомості, втрачає імперативну вимогу інтенсивності свого опредметнення, оскільки набуває проявленості у свідомості. Це і є екзистенційне знання, відмінне від технологічного.

Той, хто перебуває у стані нерухомості, наче Аристотелевий непорушний рушій, чинить усі справи фактом своєї присутності. Це дивне формулювання означає те, що носій Слова, народженого у тиші пізнання-себе, впливає на буття речей у потенційній безконечності, адже виголошене знання – одне речення, чи навіть одне слово – активує роботу свідомості необмеженої кількості людей, де детермінуючим чинником є не зовнішня обмеженість енергії та речовини, а внутрішня когнітивна спроможність зрозуміти зміст сказаного слова. Тільки неук випадає з інтегрального поля істини.

Так слово формує континуальну темпоральність колективної волі до життя оновлено-довершеного, пасіонарну волю до змін у спільному баченні бажаної дійсності – інтелектуально-волютивний капітал. І слово це – гуманітарна інновація, присутня в інформа-

ційних мережах як інтелектуальна послуга. Нас цікавлять когнітивні ресурси генерації пасіонарності через посередництво атрактивно-інноваційних проектів економіки послуг.

Футуросинергетика – система мислення майбутнього – передбачає два підходи: 1) пропозиція того, що може бути; 2) пропозиція того, чого не повинно бути. Перший підхід передбачає додавання нового, другий – віднімання вразливого. Але як визначити вразливе, коли мова йде не про ентропію речей чи абсурдність проектів, а про стан свідомості суб'єкта культури? Метод «антикрихкості» Н. Талеба [13] передбачає ідентифікацію вразливого. Основним індикатором вразливості є виняткова подія – «чорний лебідь». Зрозуміло, що виняткова подія – непередбачувана, це катастрофа неочікувана, яка застає всіх непередбачуваними, а отже вразливими. Тут має місце так званий ефект асиметрії співвідношення показників. Наприклад, якщо обсяг продажів підприємства зросте на 10%, прибутки зростуть трохи менше, ніж на 10%, а якщо продажі впадуть на 10%, то збитки компанії будуть неспівмірно більшими за 10%. Це і є латентна ентропія, яку класифікують через триаду метафор: 1) «сірий носоріг» – передбачувана катастрофа; 2) «чорний лебідь» – непередбачувана катастрофа; 3) «цар драконів» – апокаліптично непередбачувана катастрофа планетарного масштабу. Найпоширенішою помилкою інтелектуалів (яких Н. Талеб називає «крихкоробами»), котрі працюють з майбутнім, полягає в тому, що у випадку вразливості до мінливості (чого «крихкороби» не бачать або відмовляються бачити) середньостатистичні показники вибірки, які надають певності трендові – практично непридатні. Навіть більше – вони оманливо-шкідливі, бо заспокоїливо затуляють собою загрозу. І тоді невидимим стає навіть «сірий носоріг» – виклик, який високооплачуване керівництво компанії зобов'язане розпізнати і вжити заходи. Проблема – в інерції мислення, що ґрунтується на вірі в передбачуваність числа. Тут злий жарт відіграли природничі науки, які редукували трактування соціальних систем як неживих механічних агрегатів. Справа в тому, що у штучній неживій системі можна інструментально мінімізувати енергетичні втрати, тобто ентропія передбачувана і регульована, бо функції елементів системи в часі пропорційно транзитивні (що було в минулому, те буде і в майбутньому, тому неживе не має історії, бо все однакове). Саме так розуміють техноло-

гічні інновації як інструменти мінімізації енергетичних втрат, де міра збереження конвертується у прибуток. Якщо поняття «енергії» замінити на поняття «корисності», то людська поведінка вкладається у спекулятивні розрахунки функціонування статичної ефективності неживих систем. Наслідок – вразливість системи до випадкової події «ефекту метелика». Н. Таліб пояснює причину помилки: мислення майбутнього шляхом додавання результатів успішності як прогнозованості, де усе вивірено передбачуване і немає місця випадку (кожен випадок, будучи проаналізованим, «заднім числом» вписується у модель). Будучи вписаним у прогноз, випадок втрачає конотацію загрози і стає заспокійливою пігулкою ілюзії контролю: розплата – «чорний лебідь» несподіваної катастрофи. Н. Таліб наголошує, що у «технарів» – прямолінійний, інженерний стиль мислення, що ототожнює точність і доцільність, через що ці «техноінтелектуали і стартапери ... схильні до аутизму» [13]. Такої ж думки і М. Кастельс [4]: підприємницька культура ІТ-технологій особлива тим, що монетизоване творення майбутнього не вимагає офіри поточного споживання через заощадження як умови капіталовкладень (як буває у звичному капіталістичному виробництві). Тому ІТ-підприємці є техномеритократичними трудоволами і водночас – ініціаторами надмірного статусного споживання. Вони постійно роблять гроші з ідей, а не капіталу, з віртуальних інновацій своїх одномірних мрій, комерціалізуючи технологічне ноу-хау у фінансову цінність фінансового ринку венчурного капіталу. Вони – продавці майбутнього, яке є інтелектуальною реальністю у режимі теперішнього часу. Вони – руйнівники традицій і опортуністи дійсності, бо вони творять власну дійсність у своїй уяві і тут же товаризують її перед порогом входження в інформаційну мережу. Поєднання інженерної творчості та особистої жадібності, відсутність емпатії та комунікаційної відкритості, показове недбальство як привілей істеблішменту – усе це, за словами М. Кастельса, є діагностикою «соціального аутизму» [4, с. 58].

Робота з майбутнім – це синтез числа і уяви (швидше навіть уяви, під яку підганяють числа статистичної вибірки). Яка енергія вкладається людьми в проектування майбутнього? Передусім, силою уяви рухає невдоволення існуючим, тому майбутнє – це представництво альтернативи. Тому віртуалізація майбутнього – це, передусім, персональна утопія, обґрунтована фантазія, тому у кож-

ному майбутньому присутні нереалізовані теперішні потреби. І тому проєктивне майбутнє мислення є додаванням таких потреб, а не діагностикою і систематизацією феноменів, котрі вижили. А от чому і як вижили – це складне когнітивне завдання.

Хто виживає? Реакцією системи, керівним центром якої є свідомість, на виклики середовища є ускладнення структури. Вважається, що монструозний гігантизм гарантує виживання. Але де тепер динозаври? Неповороткі гіганти, що нагадували казкових драконів, давно списані геологічною історією Землі. Це ж стосується і соціальних «драконів»: гіганти вразливі, Голіаф загинув від примітивного камінця, а не від мегатехнологічного залізного на той час меча чи списа. У чому ж таємниця крихкості гіганта, чому його ноги – апіорі глиняні?

Завжди виживає просте (але не примітивне). Бути простим означає зберігати у потоках змін історії свій сутнісний принцип, свою онтологічну першооснову, пам'ять про свій початок, бо кожна альфа є омегою. І коли під час зустрічі Великого Повернення Сущий впізнає себе у прибулому мандрівникові – історія триватиме: це стосується і народу, і створених ним інституцій та організацій. І якщо історія може бути сферою прикладного знання, то лише як досвід відтворення традиції, де у модусі Великого Початку символічно представлено образ інтегральної Мети.

Історія – наука про час, але історіософія – вчення про сенс, який є «якорем» вічності. У потоках часу безперервних змін традиція зберігає наратив вічності, а культура виражає його інструментами часу. Як це працює у XXI столітті? Дозволимо собі змодельовати сенси: 1) цифрові технології спресовують час до миттєвості доступу, застосування і користування споживчими благами через нульові граничні витрати (а отже час перестає бути детермінуючим критерієм вартості); 2) штучний інтелект розширить горизонт цифрових послуг утилітарної придатності; 3) квантові технології анулюють не лише детермінізм часу, а й простору, бо уможливають тотальність присутності без обмежень місця та уяви. Що ж залишиться людині? – Пізнання найвищого сенсу буття-себе. Якщо машина майбутнього, згорнувши простір і час, розгорне обрії вічності і безконечності перед оком свідомості, то предметом пізнання постане інтегральна істина. Людина формулюватиме питання екзистенції приблизно так: якщо точка рухом творить лінію, лінія – пло-

щину, площина – тіло, то яку трансцендентну цілісність творить рух тіла? Якщо точка є розрізом лінії, лінія – розрізом площини, площина – тіла, то розрізом чого є тіло? Наука дійде до субстанційних першооснов матерії, неподільних субатомних елементів, щоб свідомість змогла повністю зосередитися на потребах діянь духа у пошуку остаточних відповідей. Інтелігібельна пропозиція таких відповідей і буде являти собою гуманітарні інновації економіки послуг третього тисячоліття, або, як наголошує Д. МакКлоскі [8], – «гуманоміки».

Висновки та перспективи подальших досліджень. Розвиток виробничих технологій із нульовими граничними витратами, цифровізація і штучний інтелект призведуть до поширення гуманітарних інновацій у сфері економіки послуг. Ці процеси супроводжуватимуться проникненням елементів символічного обміну у структуру ринкових

відносин. Виникне потреба дослідження співвідношення цих елементів – ринкового тат символічного обміну – для розробки проєктів поведінкових патернів інституційної архітекtonіки економіки майбутнього – гуманоміки-нооекономіки. Зокрема, необхідно буде з'ясувати принципи онтології вартості інтелектуальних послуг, які не здатний буде продукувати штучний інтелект через екзистенційні обмеження його як машини. Вкрай складною, на наш погляд, буде проблема дослідження системи розподілу доходів в умовах символічного обміну, критерієм якого є надлишок, а не дефіцит. А оскільки споживною вартістю інтелектуального продукту як гуманітарної інновації-послуги буде онтологічна новизна когнітивно-екзистенційного горизонту свідомості, предметом подальших досліджень автоматично стає соціокультурна сфера, передусім аксіологічна динаміка соціокультурних флуктуацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аріелі Д. Передбачувана ірраціональність. Львів : Видавництво Старого Лева, 2023. 296 с.
2. Вулдрідж А. Влада гідних. Як меритократія створила сучасний світ. Київ : Наш Формат, 2024. 480 с.
3. Енаф М. Ціна істини: дар, гроші, філософія. Київ : Дух і Літера, 2019. 512 с.
4. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Київ : «Видавництво «Ваклер» у формі ТОВ, 2007. 304 с.
5. Кауфман С. За межами піраміди потреб. Новий погляд на самореалізацію. Київ : Лабораторія, 2011. 400 с.
6. Куцик П. О., Шевчик Б. М., Шевчук В. О. Нооекономіка: «філософія серця» у практиці життя. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2023. 303 с.
7. Куцик П. О., Шевчик Б. М., Шевчук В. О. Культура в економіці: modus operandi: Монографія. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2024. 532 с.
8. МакКлоскі Д. Н. Гуманоміка: Новий – і старий – підхід до економічної науки. Київ : ТОВ «Велл Букс», 2024. 200 с.
9. МакКлоскі Д. Н., Карден А. Дай мені спокій, і я зроблю тебе багатим. Як ця буржуазна угода збагачує світ. Київ : ТОВ «Велл Букс», 2023. 256 с.
10. Мізес Л. фон. Лібералізм. Київ : ТОВ «Велл Букс», 2024. 304 с.
11. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягти стабільно високих результатів. Київ : Наш Формат, 2019. 624 с.
12. Роджерс Е. Дифузія інновацій. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 591 с.
13. Талєб Н. Антикрихкість. Про (не)вразливе у реальному житті. Київ : Наш Формат, 2023. 400 с.
14. Ферґ'юсон Н. Приреченість: політика і катастрофи. Київ : Наш Формат, 2022. 496 с.
15. Фрідман Р. Розгадка геніальності. Як працює інженерія ідей. Київ : Лабораторія, 2022. 256 с.
16. Шумпетер Дж. А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 242 с.

REFERENCES:

1. Arieli D. (2023). Peredbachuvana irratsionalnist. Lviv : Vydavnytstvo Staroho Leva, 296 p.
2. Vuldrizh A. (2024). Vlada hidnykh. Yak merytokratiia stvoryla suchasnyi svit. Kyiv : Nash Format, 480 p.
3. Enaf M. (2019). Tsina istyny: dar, hroshi, filosofiiia. Kyiv : Dukh i Litera, 512 p.
4. Kastels M. (2007). Internet-halaktyka. Mirkuvannia shchodo Internetu, biznesu i suspilstva. Kyiv : «Vydavnytstvo «Vakler» u formi TOV, 304 p.

5. Kaufman S. (2011). Za mezhamy piramidy potreb. Novyi pohliad na samorealizatsiiu. Kyiv : Laboratoriia, 400 p.
6. Kutsyk P. O., Shevchyk B. M., Shevchuk V. O. (2023). Nooekonomika: «filosofiiia sertsia» u praktytsi zhyttia. Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu, 303 p.
7. Kutsyk P. O., Shevchyk B. M., Shevchuk V. O. (2024). Kultura v ekonomitsi: modus operandi: Monohrafiia. Lviv : Vydavnytstvo Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu, 532 p.
8. MakKloski D. N. (2024). Humanomika: Novyi – i staryi – pidkhid do ekonomichnoi nauky. Kyiv : TOV «Vell Buks», 200 p.
9. MakKloski D. N., Karden A. (2023). Dai meni spokii, i ya zrobliu tebe bahatym. Yak tsia burzhuazna uhoda zbahachuie svit. Kyiv : TOV «Vell Buks», 256 p.
10. Mizes L. fon. (2024). Liberalizm. Kyiv : TOV «Vell Buks», 304 p.
11. Porter M. (2019). Konkurentna perevaha. Yak dosiahty stabilno vysokokh rezultativ. Kyiv : Nash Format, 624 p.
12. Rodzhers E. (2011). Dyfuziia innovatsii. Kyiv : Vydavnychi dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 591 p.
13. Taleb N. (2023). Antykrykhkist. Pro (ne)vrazlyve u realnomu zhytti. Kyiv : Nash Format, 400 p.
14. Fergiuson N. (2022). Pryrechenist: polityka i katastrofy. Kyiv : Nash Format, 496 p.
15. Fridman R. (2022). Rozghadka henialnosti. Yak pratsiuie inzheneriia idei. Kyiv : Laboratoriia, 256 p.
16. Shumpeter Dzh. A. (2011). Teoriia ekonomichnoho rozvytku: Doslidzhennia prybutkiv, kapitalu, kredytu, vidsotka ta ekonomichnoho tsyклу. Kyiv : Vydavnychi dim «Kyievo-Mohylianska akademiia», 242 p.