

**ТЕНДЕНЦІЇ ЗМІНИ ПОВЕДІНКИ СУБ'ЄКТІВ ЕКОНОМІКИ
В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19**

Патицька Христина Олегівна, к.е.н., с.н.с.

**ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долішнього НАН України»**

Patytska Khrystyna, PhD in economics, Senior Researcher,
State Institution «Institute of Regional Studies named after MI Dolishniy NAS of
Ukraine»

pelechata@meta.ua

Анотація. Як результат дослідження визначено та проаналізовано тенденції зміни поведінки суб'єктів економіки: цифровізацію, зміну моделі мобільності і купівельних звичок споживачів, інфодемію, зміни у міжособистісній поведінці.

Ключові слова: пандемія, поведінка суб'єктів економіки, цифровізація, моделі мобільності, купівельні звички споживачів, інфодемія, міжособистісна поведінка.

Основним чинником зміни поведінкових закономірностей суб'єктів економіки в умовах пандемії стали карантин та потреба соціального дистанціювання як основний превентивний захід у боротьбі з поширенням хвороби. Попри те, що безпосереднім наслідком дистанціювання були спад економічної активності, порушення ланцюгів створення доданої вартості, зростання безробіття, масове банкрутство підприємств, воно також спричинило зміну способу діяльності підприємницьких структур та поведінки суб'єктів економіки. Зокрема можна виділити такі тенденції:

- цифровізація;
- зміна моделі мобільності (зниження користування громадським транспортом, скорочення відвідуваності закладів готельно-ресторанного господарства, перехід на дистанційну зайнятість та освіту, зменшення туристичних та бізнес-подорожей);
- зміна купівельних звичок споживачів (розвиток інтернет-торгівлі, «свідоме» споживання, підтримка місцевих виробників);
- інфодемія (поширення дезінформації, рух проти вакцинації, зростання кількості інформаційних повідомлень щодо теорій змови);
- підвищена увага до власного здоров'я, гігієни та здорового способу життя (носіння масок, користування санітаїзерами, здорове харчування);
- зміни у міжособистісній поведінці (збільшення кількості розлучень, зростання випадків домашнього насилля, обмеження особистих контактів, гендерна нерівність).

ЦИФРОВІЗАЦІЯ. Хоча пандемія стала вироком для більшості країн та галузей економіки, на розвиток сфери ІТ-технологій вона мала позитивний вплив, адже спонукала до переходу від соціальної до цифрової взаємодії як у робочому та навчальному процесах, так і у родинному та колі близьких людей для збереження соціальної дистанції. Успіх і стрімкий розвиток цифровізації в умовах пандемії як нової норми поведінки можна пояснити тим, що вона допомагає зберегти притаманний людям спосіб життя в умовах невизначеності та обмежень.

Хоча такий перехід є «рятивним колом» для економіки, він характеризується і негативними наслідками – посиленням соціальної нерівності, зниженням психологічної стійкості внаслідок стирання бар'єрів між особистим і робочим часом, соціальним аутизмом (поняття «*соціальний аутизм*» у науковий обіг ввів Д. Гоулман, визначаючи його як один з непередбачених наслідків вторгнення технологій до життєдіяльності людини [1]).

Прослідкувати вплив переходу до цифрового спілкування на розвиток економіки нашої держави в умовах ковідкризи доволі складно, адже він проявиться у довгостроковій перспективі. Проте, зважаючи на суттєве відставання України від розвинених країн у впровадженні технологій, у цих країнах наслідки прояву соціального аутизму вже помітні.

Для прикладу, у США у 90-х рр. спостерігалось значне скорочення членства громадян в організаціях різного типу, які регулярно проводили засідання; натомість відбулося збільшення клубів, діяльність яких побудована на основні цифровізації (зокрема, спілкування через електронну пошту). Окрім цього, у 2003 р. найпопулярнішим житлом на ринку нерухомості у цій країні стало помешкання на одного. Такі тенденції, як зауважує відомий американський науковець Р. Патнем [2], свідчать про суттєве зменшення соціального капіталу, що матиме наслідки як для економіки, так і для політико-соціального розвитку територіальних громад (адже розвиток громади базується на співучасті її членів), регіонів та країни загалом.

Щодо України соціальний аутизм може результуватися негативним впливом на розвиток соціального капіталу як інтегруючого чинника соціальної поведінки індивідів та супроводжуватися зниженням громадської активності, низьким рівнем довіри до інституцій, зростанням відчуження в українському соціумі. У майбутньому це явище може стати фактором стримування розвитку сформованих у результаті децентралізації і адміністративно-територіальної реформи ТГ та негативно вплинути на систему місцевого самоврядування.

Зниження психологічної стійкості в умовах пандемії є доволі передбачуваною тенденцією. Але вплив цифровізації на цей процес опосередкований, що не дозволяє чітко його ідентифікувати. Хоча він спостерігався і у доковідний період, під час кризи і переходу на дистанційну зайнятість і навчання цей вплив в рази посилювався через стирання бар'єрів між особистим і робочим часом.

При чому, основний «удар» припав на жінок, адже перехід на дистанційну роботу був одночасним із онлайн-навчанням дітей у школах та, подекуди, закриттям закладів дошкільної освіти на карантин, що вимагало активізації жінки у хатній і доглядовій праці. Для України це особливо актуальна проблема, адже, за результатами дослідження КМІС, майже у 70% сімей в Україні дружина є основною виконавицею хатньої роботи [3]. Таким чином, цифровізація має опосередкований негативний вплив і на зростання гендерної нерівності в умовах пандемії.

Посилення соціальної нерівності як наслідок цифровізації пов'язане із впливом двох чинників: рівнем цифрової грамотності населення (53,0% українців володіють цифровими навичками на рівні «нижче базового») та доступом до інтернет-мережі (аналіз доступу до мережі свідчить, що переважна більшість населення (89,9%) має можливість підключення до інтернету, проте кожен другий сільський житель не має відповідної комп'ютерної техніки).

Наведені дані дозволяють зробити висновок: попри те, що цифровізація сприяла вирішенню цілої низки проблем, які виникли з приходом пандемії, для суб'єктів економіки в Україні вона не може бути «панацеєю від усіх недуг» через недоступність для значної частини суспільства. Тому використовувати цифрові інструменти потрібно з урахуванням рівня цифрової грамотності і доступу до мережі інтернет.

ЗМІНА МОДЕЛІ МОБІЛЬНОСТІ є закономірною реакцією на карантин і соціальне дистанціювання, яка проявилася у таких тенденціях: переході на дистанційну зайнятість та освіту; зниженні користування громадським транспортом; скороченні відвідуваності закладів готельно-ресторанного господарства; зменшенні туристичних та бізнес-подорожей тощо.

Основним чинником, який зумовив зміну моделі мобільності суб'єктів економіки в умовах пандемії, є страх. При зростанні ризику зараження Covid-19 очікуваним стало зменшення користування засобами «спільної мобільності» та перехід до використання приватних транспортних засобів.

Традиційно поведінка суб'єкта при виборі виду транспорту визначається впливом двох чинників – вартості та зручності. Натомість в умовах пандемії відбулася зміна пріоритетів, і на передові позиції вийшла потреба зниження ризику зараження (спричинена страхом перед пандемією). Це зумовило суттєву перевагу варіантів мобільності, які гарантують можливість дистанціювання, - використання приватних автомобілів, велосипедів, електросамокатів, піших прогулянок та навіть можливості спільної «мікромобільності».

Утім говорити про довгостроковість зміни поведінки населення при виборі моделі мобільності не доводиться [4]. Ключовим висновком впливу пандемії на мобільність є такий: навіть значне збільшення кількості людей, які працюють вдома, не матиме суттєвого впливу на попит на мобільність у довгостроковій перспективі.

Одним з наслідків трансформації моделі мобільності та соціального дистанціювання є **ЗМІНА КУПІВЕЛЬНИХ ЗВИЧОК СПОЖИВАЧІВ**, яка проявилася у таких тенденціях:

- розвиток інтернет-торгівлі та перехід грошових операцій у цифровий формат – згідно з дослідженнями, у 2020 р. обсяги інтернет-покупок в Україні зросли на 41% порівняно з попереднім роком, а кількість онлайн-оплат за товари і послуги – удвічі;

- «свідоме» споживання – коронакриза суттєво знизила купівельну спроможність населення та загострила у людей потребу отримати максимальну вигоду за витрачені кошти. Це результувалося зменшенням кількості імпульсивних та дорогавартісних покупок. Ще одним поведінковим ефектом є зростаюча підтримка місцевих суб'єктів роздрібної торгівлі, що не дивно, адже в кризових умовах індивід гостріше відчуває власну приналежність до соціальної групи та громади, з якою він себе ідентифікує;

- ефект *shock to loyalty* – в умовах пандемії, яка спричинила зрив у ланцюгах поставок товарів, споживачі були змушені змінювати поведінку, роблячи покупки, – випробовувати нові бренди за відсутності тих, яким віддавали перевагу зазвичай. Таким чином, відбулося зниження ролі торгової марки при виборі товарів і послуг через послаблення когнітивної лояльності до бренду.

ІНФОДЕМІЯ (скор. інформаційна епідемія) – явище, яке спостерігалось у світі вже неодноразово під час поширення епідемій та розвитку криз. ВООЗ трактує інфодемію як «надмірну кількість інформації (іноді точної, а іноді – ні), яка ускладнює пошук надійних джерел та інструкцій» [5]. Її вплив на поведінку суб'єктів економіки в умовах пандемії пов'язаний із поширенням маніпулятивної та неправдивої інформації, сприйняття якої серед населення призвело до розвитку руху проти вакцинації та зростання кількості інформаційних повідомлень щодо теорій змови.

Проведений аналіз дозволяє зробити конкретні висновки: тенденції зміни поведінки суб'єктів економіки є потенційними каталізаторами змін в економіці загалом. По-перше, зміна умов життєдіяльності веде до формування нових вимог у споживачів та зниження попиту на одні і його зростання на інші товари і послуги. На це ринок обов'язково «дасть відповідь» шляхом продукування товарів, які відповідають потребам сьогодення. По-друге, ковідкриза вкотре акцентувала на невирішених проблемах – екологічних, соціального відчуження маргіналізованих членів суспільства, значної диференціації доходів населення та незахищеності бідних, гендерної нерівності тощо.

Список використаної літератури

1. Гоулман Д. Соціальний інтелект. Нова наука про людські відносини. Харків: КСД, 2020. 400 с.
2. Putnam R. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster. 2000.
3. Коронавірус і дистанційна робота: що зробила держава. Cedos. 2020. URL: <https://cedos.org.ua/researches/koronavirus-i-dystantsiina-robota-shcho-zrobyla-derzhava/> (дата доступу: травень 2021 р.).
4. Five COVID-19 aftershocks reshaping mobility's future. McKinsey&Company. 2020. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/five-covid-19-aftershocks-reshaping-mobilitys-future> (дата доступу: травень 2021 р.).
5. Novel Coronavirus(2019-nCoV). Situation Report. World Health Organization. 2 February 2020. URL: <https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf> (дата доступу: травень 2021 р.).