

УДК 316.77

**Людмила Радіонова**

канд. філос. наук, доцент, доцент кафедри філософії і політології

**Поліна Денчик**

студентка II курсу

Навчально-наукового Інституту економіки і менеджменту

Харківський національний університет

міського господарства імені О. М. Бекетова

## ЕКОНОМІКА МІСТА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

У 1991 році Майкл Портер написав статтю, що дала життя «гіпотезі Портера». Її суть в тому, що жорсткі обмеження дають поштовх до виникнення інновацій та підвищення ефективності. Здається, за підсумками коронавірусу ця гіпотеза буде мати попит для опису світу, в якому ми будемо жити. Навряд чи, вийшовши з карантину, все повернеться у вихідну точку на сто відсотків. Не всі, хто зараз ведуть переговори через Zoom, захочуть літати через весь світ заради таких же переговорів. Не всі, хто зараз вдома дивляться фільми на стрімінговій платформі, стануть знову ходити в кінотеатри. А хтось не захоче знову їхати громадським транспортом або користуватися каршерінгом і продовжить кататися на своєму велосипеді або ходити пішки.

Подібні зміни в поведінці були зафіксовані на прикладі страйку в лондонському метро в 2014 році. Дослідники порівняли поведінку власників проїзних до і після події, яка тривала всього два дні. Виявилось, що транспортні звички змінилися у 5% пасажирів метро: вони або зовсім перестали користуватися підземкою, або знизили кількість поїздок.

Епідемії та хвороби також спонукали владу міст реорганізовувати життя людей у своїх домівках. У 1901 році був прийнятий New York State Tenement House Act, який вимагав, щоб у кожній кімнаті в квартирі було вікно, що виходить на вулицю, а також відкритий двір і вентиляція. Зроблено це було, зокрема, під тиском гігієністів і громадськості.

Коли в 2002–2003 роках світ переживав спалах атипової пневмонії, почався процес, який сильно вплинув (і впливає досі) на розвиток міст. Величезна кількість людей у Китаї залишалися вдома протягом тривалого часу: карантин вводився на території різних міст з січня по липень. Зрозуміло, що люди не перестали хотіти їсти, пити, розважатися і так далі. Компанія «Алібаба» вважає карантин 2003 року переломним моментом у своїй історії. До цього її бізнес в основному був орієнтований на B2B-операції. Але вже навесні виник сервіс Taobao, який відповідав на найнагальніший запит того часу – покупки і доставку товарів додому [1].

По суті, приклад Taobao і Tmall – це підтвердження тієї самої гіпотези Портера: після закінчення карантину далеко не всі вирішили знову йти за покупками пішки. Зміни в міському житті та економіці після завершення пандемії, швидше за все, будуть такими ж. Багато хто не захоче повертатися до докарантинних моделей поведінки.

У 2020 році інвестиційна компанія MKM Partners випустила «Індекс домосіда» (Stay at Home Index) – перелік компаній, чії акції не втратять в ціні в разі зростання кількості хворих і розширення зон карантину [2]. Цей список з 33 компаній – прообраз міста, в якому нам доведеться жити, поки за вікнами вирують епідемії і віруси. У Китаї відстежували, які додатки городяни завантажують найчастіше. Показники додатків для доставки їжі різко не змінилися як мінімум тому, що у всіх вони і так встановлені. Але динаміка завантажень додатків для роботи і навчання зросла. За даними видання Sensor Tower, сервіси, які дозволяють віддалено працювати і вчитися, – новий хіт китайського Інтернету. Популярність стрімінгових платформ різко зросла, так як стрімінг менш витратний як для організаторів, так і для користувачів.

У період завмирання міського життя яскраво себе проявили соціальні підприємці, спільноти та волонтери. Учасники руху Soap Cycling в Гонконзі роздають прибиральникам вулиць маски і гігієнічні набори, а компанія Century Tech, яка в звичайному житті продає онлайн-курси, тепер надає безкоштовне навчання для дітей в країнах, де школи закриті на карантин. Ми бачимо, як епідемії змінюють і економіку спільного споживання. Під час останнього спалаху вірусу подібного масштабу (SARS в 2003 році) ні User, ні Airbnb, ні Delivery Club, ні Lift ще не існувало, очевидно, що цей напрямок буде тільки розвиватися.

Трансформація суспільного життя в місті – досить сильний стрес для нього. Але місто – це креативна система, і креативність заповнює прогалини і створює нові механізми. За умов, коли висока щільність населення і численні переїзди підвищують загрозу поширення вірусу, актуальності набувають ідеї «двадцятихвилинних міст» – коли городянин може потрапити до свого лікаря, на роботу або до друзів протягом 20 хвилин. Така організація життя дозволяє задовольняти максимальну кількість потреб у своєму районі, а в інші частини міста виїжджати рідше. Мельбурн втілює в життя цей підхід, а мер Парижа Анна Ідальго заявила, що концепція п'ятнадцятихвилинного міста стане провідною в період її роботи мером. Напевно, чим далі, тим більше у міста буде можливостей на якийсь час без значних складнощів перетворюватися в простір з мінімумом офлайн-комунікацій.

*Ключові слова:* розвиток міста, епідемії, креативність міста.

### Список використаних джерел

1. Как карантин открывает новые возможности [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.spot.uz/ru/2020/03/16/carantine/> (дата звернення: 07.05.2022)
2. Перевернутый мир: влияние пандемии на рынки [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/brandson-branding-agency-total-identity-group-perevyernutyu-mir-vliyanie-pandemii-na-rynki/> (дата просмотра: 08.05.2022).