

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ТРАНСПОРТНОГО ПРОЦЕСУ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ПАСАЖИРІВ НА МЕТРОПОЛІТЕНІ М. ХАРКОВА

Караченцева А.М., студент 6 курсу факультету Транспортних систем та технологій

Давідіч Ю.О., д.т.н., професор кафедри Транспортних систем і логістики

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Харків - один з найбільших промислових, ділових і культурних центрів України. Важливу роль у житті Харкова відіграє громадський транспорт. Численні магістралі зв'язали великі житлові райони: автобусні, трамвайні та тролейбусні маршрути перетинають місто у всіх напрямках. Основою всієї транспортної мережі – є метрополітен [1]. Він органічно доповнює своєрідне обличчя міста, збагачуючи та прикрашаючи його архітектурний образ.

Аналізуючи методи підвищення ефективності перевізного процесу Харківським метрополітеном, можливо їх поділити за напрямками [2]. Найпростішим методом є удосконалення системи графіків руху з метою зробити їх більш гнучкими залежно від існуючого пасажиропотоку, що потребує дослідження його зміни в часі (доба, день тиждень, місяць року) за напрямками руху [3]. Іншим методом є зменшення кількості вагонів у рухомому складі в часи найменшої завантаженості лінії, яке веде за собою економію електроенергії, але потребує додаткових маневрових переміщень рухомого складу для його переформування.

Паралельно необхідно розвивати і такий напрямок методів підвищення ефективності перевізного процесу метрополітеном як модернізацію рухомого складу стосовно місткості вагону [4]. Демонтаж кабіної перегородки в проміжних вагонах, площа кабін яких не використовується взагалі, але передбачена конструкцією. Демонтаж кутових диванів в головних вагонах є, також, необхідністю, це стосується не тільки збільшення місткості вагону, але й наявністю непередбачених конструкцією місць для інвалідів на колясках. Додаткова площа - це збільшення місткості вагону, а враховуючи те, що лінія на якій використовується даний тип вагонів (Холодногірсько-Заводська) є самою навантаженою за кількістю перевезених пасажирів, цей напрямок підвищення ефективності перевізного процесу є досить актуальним, та необхідним, але потребує додаткових витрат.

Основний метод – відкриття нових станцій (розвиток мережі метрополітену), є невід'ємною частиною розвитку міста як самостійної одиниці. У план міста закладено розвиток метрополітену, відкриття нових станцій і ліній, що з'єднують своєю окремою транспортною мережею всілякі частини міста, житлові і виробничі масиви. У свою чергу розвиток метрополітену, відкриття нових станцій і ліній веде за собою потребу в збільшенні кількості рухомого складу, здатного обслуговувати нові станції не знижуючи інтенсивність руху. Цей метод вимагає значних капіталовкладень, тому має

виконуватися поетапно порівняно з двома попередніми методами підвищення ефективності перевізного процесу Харківським метрополітенем.

Література

1. Доля В. К. Пасажирські перевезення / В. К. Доля. – Харків: Форт. – 2011. – 504 с.
2. Фролов Ю.С. Метрополитены / Ю.С. Фролов, Д.М. Голицынский, А.П. Ледяев – М.: «Желдориздат», 2001. – 528с.
3. Бакулин Л.С. Организация движения поездов и работа станций метрополитена / Л.С. Бакулин, Е.Л. Федоров, К.И. Кудринская. – М.: Транспорт, 1981. – 425 с.
4. Калинин В.П. Метрополитены / В.П. Калинин. – М.: Транспорт, 1988. – 321 с.

ВПЛИВ E-COMMERCE НА ФОРМУВАННЯ ТРАНСПОРТНИХ ПОТОКІВ У МІСТАХ

Кожина В.С., студентка 4 курсу факультету Транспортних систем та технологій

Галкін А.С., к.т.н., доцент, доцент кафедри Транспортних систем і логістики

Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова

Сьогодні жодна сучасна людина не уявляє свого дня без гаджета і Інтернет-трафіку. Онлайн індустрія розвивається з величезною швидкістю, надаючи великий вплив на сферу торгівлі. Так, у світі з'явився новий напрям – e-commerce, що передбачає купівлю чи продаж товарів, послуг оптом або в роздріб за допомогою електронної мережі.

Частка інтернет-продажів в структурі роздрібної торгівлі продовжує швидко рости по всьому світу. У США становить близько 10,4 %, Китай – 29,4 %, Індія – 20 %, Франція – 7,1 %, Німеччина – 6,1 %, Іспанія – 8 % [1]. В Україні e-commerce розвивається більш повільними темпами через погану логістику і нестійку систему оплати. На онлайн-ринку України домінують місцеві компанії, такі як «Розетка», «Алло», «Моуо», «OLX» та багато інших. До трійки найбільш відвідуваних e-commerce сайтів України входять: OLX.ua (40,4% користувачів), Rozetka.com.ua (32,5%), Prom.ua (26,5%). Більше половини інтернет-покупців України – люди віком від 14 до 34 років. Трохи більше 36% з них – жителі міст з населенням понад 500 000 чоловік, 20,5% – проживають в сільській місцевості. Позитивний вплив на зростання аудиторії онлайн-покупців справив доступ до 3G. За підсумками минулого року, Україна випередила всі інші європейські країни за таким показником як темпи зростання продажів в Інтернеті – для нашої країни цей показник склав 35% [2].

У той же час поява електронної комерції сприяє зростанню вантажних потоків, в тому числі кількості кур'єрських доставок, які використовують транспортну мережу міста. Найбільшою проблемою є утворення автомобільних заторів в великих містах, що є найбільш частою причиною несвоєчасної доставки товару. Крім того, автотранспорт є джерелом небезпечних хімічних забруднень атмосферного повітря, водоймищ, сільськогосподарських зон, а також шуму та вібрації і може впливати на стан здоров'я населення.