

перспективних в майбутньому малих і середніх підприємствах та забезпечувати їх конкурентоспроможність.

Вивчення економічної теорії населенням країни сприятиме формуванню громадських організацій відповідно до їх економічних інтересів та здійсненню їх впливу на діяльність владних структур.

## **ОБҐРУНТУВАННЯ СИСТЕМ ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ ДЛЯ МІСТ З РІЗНИМИ ПРОСТОРОВИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ**

**Лисяк Н.М.**

*Національний університет “Львівська політехніка”*

Громадський транспорт є одним із найважливіших елементів транспортної інфраструктури міста, забезпечує перевезення пасажирів у межах населеного пункту відповідно до визначених маршрутів. З позицій екологічного впливу на природне довкілля й енергозатрат він найефективніший, тому в умовах енергетичної кризи та обмеженості певних енергоресурсів, складності екологічної ситуації в містах повинна проводитись протекціоністська політика стосовно його розвитку. Гостро постає потреба обґрунтування ефективних систем громадського транспорту для міст, що мають різні просторові характеристики.

Узгодження просторових характеристик міст із показниками систем громадського транспорту сприяє підвищенню ефективності систем громадського транспорту та функціонуванню міста загалом. Для цього передусім встановимо зв'язки між характеристиками простору міст і показниками, що характеризують системи громадського транспорту, а також спробуємо усунути причини неузгодженостей між ними.

Згідно з Державними будівельними нормами [3] до основних видів громадського транспорту відносять: автомобіль, автобус, тролейбус, швидкісні види транспорту (експрес автобус, швидкісний трамвай, метрополітен). Структура транспортної мережі й громадського транспорту міст повинна проектуватися з дотриманням з врахуванням таких критеріїв: витрат часу на переміщення від місць проживання до місць прикладання праці; пропускної здатності мережі вулиць, доріг і транспортних перехресть, кількості місць зберігання автомобілів; мережі вулиць і доріг; споруд і підприємств для зберігання та обслуговування транспортних засобів; безпеки перевезень пасажирів. Виділяються показники, що характеризують систему громадського

транспорту — пасажирооборот, перевізна спроможність, протяжність ліній, швидкість сполучень, енерговитрати, кількість маршрутів. У дослідженні всю сукупність показників згрупуємо за: функціональністю, ефективністю, капілоемністю, безпечністю, екологічністю — викидний рівень забруднень, спричинених транспортними засобами, санітарно-гігієнічні наслідки для мешканців міста.

Простір міста охарактеризуємо відносно основних вимірів: «людина, функція, умови, геометрія, час» [1]. Кожна з перелічених п'яти складових містить певну множину показників (кількісних і якісних), а також характеристик використання. На етапі аналізу просторових структур міст сформовано множину показників із застосуванням методики відбору найвагоміших характеристик простору та їх взаємодій.

З метою узгодження просторових характеристик міст із показниками систем громадського транспорту встановимо зв'язки між характеристиками простору міст і показниками, що характеризують системи громадського транспорту, а також спробуємо усунути причини неузгодженостей між ними. Отже, наявна можливість виділити певні закономірності та невідповідності у відносинах, що склалися:

Залежно від величини:

- малі міста. Віддаль від окраїн до центру малих міст становить 1,5–2,5 км. Тобто це міста пішоходів. Головна вулиця міста (часто вона є найдовшим напрямком) не перевищує 5 км. Система пішохідних зв'язків пронизує тканину міста й замикається на основних функціональних вузлах і зонах (центр, автомобільний і залізничний вокзали, ринок, зона промислових підприємств, парки). Система пішохідного зв'язку в містах збіжна з основними транспортними магістралями, які перевантажені транспортом та погано облаштовані. Стихийні проходи, прокладені за межами основних доріг, не впорядковані, а в умовах частих дощів заболочені й не придатні для використання. *Функціональна структура* малих міст виражається вузькою спеціалізацією виробництва, невпорядкованою структурою й обмеженим складом міських функцій. Для більшості малих міст немає чітко вираженої пріоритетної функції (за винятком нових промислових міст, що виникли і розвинулись на основі видобутку і переробки природних ресурсів).

Залежно від функціональної структури:

- монофункціональні міста мають чіткі полюси притягання, між якими розвиваються основні зв'язки транспорту;

- багатofункціональні міста — міста, що концентрують у собі різні функції, мають, як правило, історично складену мозаїчну структуру, що створює проблеми окреслення основних напрямів та полюсів притягання.

Залежно від конфігурації:

- міста з лінійною структурою мають однозначно окреслений основний напрямок перевезень і яскраво виражену функціональною структурою, коли чітко визначаються полюси притягання (наприклад, між житловою і промисловою зонами). Для таких міст доцільним є використання швидкісних видів транспорту;

-міста з радіально-кільцевою структурою створюють загрози перетворення центральної зони за умови недоестетичного розвитку кільцевих зв'язків.

З урахуванням природно-ландшафтних характеристик:

- міста зі складними природно-ландшафтними умовами (на рельєфі, річки і високі ґрунтові води, гірські умови); визначають складність вирішення інженерних питань, прокладання інженерних і транспортних комунікацій, умови експлуатації транспортних систем. Такі міста вимагають вибору гнучких видів транспорту (автомобіль, автобус). Якщо місто розділене річкою, виникає потреба спорудження складних інженерних споруд і мостів.

Залежно від щільності населення та забудови:

-міста компактної забудови з високою щільністю населення мають складну просторову структуру з окресленням меж окремих просторів, високу насиченість транспортними та іншими комунікаціями. Висока інтелектуалізованість міського середовища: зосередження основного наукового, інтелектуального та інформаційного потенціалів призводить до зростання динамічності населення та інтенсивності транспортного руху.

Отже зробимо коротке підсумування нашим теоретичним викладкам: 1. Простір міста є множиною характеристик і взаємодій, аналіз яких дозволяє сформулювати вимоги і розв'язати задачі щодо вибору ефективних систем громадського транспорту.

2. Обґрунтована система показників для характеристики простору та систем громадського транспорту, яка базується на моделі п'ятимірною містобудівного простору (людина-функції-умови-геометрія-час) та їх взаємодій.

3. Запропонована методика аналізу взаємодій простору та систем громадського транспорту, виявлення невідповідностей у цих взаємодіях та обґрунтування рішень їх узгодження, що забезпечить зростання ефективності систем громадського транспорту та якості міського простору.

1. Габрель М. М. *Просторова організація містобудівних систем* / М. М. Габрель. — К. : Видавничий дім А.С.С., 2004. — 400 с. 2. Демин Н. М. *Управление развитием градостроительных систем* / Н. М. Демин. — К. : Будівельник, 1991. — 184 с. 3. *Державні будівельні норми 360-92\*. Містобудування. Планування та забудова міських і сільських поселень. НДІП містобудування.* — К. : Укрархбудінформ, 1993. — 107 с. 4. О'Салливан А. *Економіка города : пер. с англ. / Артур О'Салливан.* — 1-е изд. — М. : ИНФРА-М, 2002. — 706 с.

## ПОЛЬСЬКИЙ ДОСВІД У СФЕРІ БРЕНДИНГУ МІСТА

**Пирч М.І.**

*Національний університет "Львівська політехніка"*

В умовах військової агресії Росії та глибокої економічної кризи проблеми маркетингу міста в Україні, як видається, залишаються поза увагою. Однак після стабілізації військово-політичної ситуації в країні та виходу економіки з кризи появляться нові завдання з розвитку українських міст.

Створення сильного бренду міста є одним з ключових елементів його зрівноваженого розвитку та головною метою стратегії бренду. Сильний бренд міста означає збільшення кількості туристів та інвесторів, ефективне використання потенціалу розвитку міста, активізацію громадської діяльності мешканців. При розробці стратегій бренду українським містам варто черпати ідеї та вчитися досвіду в польських міст, які в цій сфері знаходяться на багато кроків попереду.

Важливим елементом концепції бренду міста є його позиціонування – виявлення конкурентної переваги, що повинна закріпитися в свідомості цільової аудиторії. Приклади позиціонування деяких польських міст, що відображаються в їхніх гаслах, наведено в табл. 1.

*Табл. 1*

### Приклади позиціонування польських міст

<b>Місто</b>	<b>Гасло</b>
Лодзь	Центр творчих галузей
Августув	Королівська резиденція
Познань	Місто ноу-хау
Катовіце	Для різноманітності
Гданськ	Місто свободи