

дорог, 35 человек (24,8 %) поддержали инициативу введения платных дорог, а 28 человек (19,9 %) затруднились ответить на поставленный вопрос.

В 2005 году наиболее противоречиво отнеслись к введению платных дорог водители, владеющие машиной до двух лет: в этом сегменте почти половина респондентов (48,8 %) поддержали идею.

Молодому населению удобнее оплачивать проезд по тарифу за 10 км дороги, что объясняется большей экономичностью оплаты. Взрослое население предпочитает единую ставку за весь маршрут, чтобы не вдаваться в сложные расчеты по оплате километров. В 2005 году обе категории респондентов склонились к единому тарифу, не зависимо от пробега по платной дороге.

Очень большое расхождение между результатами наблюдений по выбору места постройки платных дорог: и в 2005, и в 2010 гг. приоритетными признаны загородные платные дороги, однако старшее поколение начинает склоняться к первоочередному введению платности на дорогах города. Ранее в 2005 году молодое поколение «голосовало» за первоочередность постройки платных дорог внутри города.

## УДК 656

### Факторы выбора между общественным и личным транспортом

Кайбичева Е.И.

Уральский государственный экономический университет (Россия)

Цель работы: определить возможности увеличения числа потребителей услуг ГОТ за счет автовладельцев путем выявления предпочтений горожан в выборе между личным и общественным транспортом и уточнения факторов, влияющих на этот выбор. Квотная выборка респондентов распределена по трем возрастным группам: молодежь (18–29 лет), средний (30–54) и старший (55–74) возраст. При этом в выборочной совокупности сохранены пропорции между возрастными группами и соотношением мужчин и женщин (44 и 56 % соответственно), характерным для Екатеринбурга. В опросе (науч. рук. – канд. техн. наук С.А. Ваксман) приняло участие 97 человек, из которых 70 вошли в итоговую выборку, причем все респонденты имеют автомобиль (в т.ч. 4,3 % имеют по два автомобиля).

Несмотря на наличие собственного автомобиля, 81,4% респондентов пользуются общественным транспортом. При этом количество женщин, пользующихся общественным транспортом, превышает количество мужчин, причем 15,8 % – «постоянно», 38,6 % – «часто», а 45,6 % «иногда». Для женщин характерно либо постоянное использование ГОТ, либо использование время от времени (количество поездок в неделю не превышает 4); для

мужчин характерно частое использование. Частота использования ГОТ зависит от размера дохода населения и вида деятельности.

Доля женщин готовых пользоваться ГОТ составляет 66,7 %, в то время как мужчин – 38,7 %. Можно утверждать, что женщины более склонны, чем мужчины, переключиться на использование ОТ.

Среди условий, при которых респонденты готовы пересесть на общественный транспорт, можно выделить следующие (в порядке убывания количества, выбравших их респондентов): более низкие временные затраты, повышение комфортабельности ОТ, уменьшение интервала движения ГОТ.

Условия, при которых респонденты станут пользоваться ОТ, зависят от возраста и пола респондента. Привлечь респондентов разных возрастных групп к использованию ГОТ можно путем разработки и соблюдения четкого графика движения транспорта с приемлемыми интервалами движения, закупки новых более современных и удобных объектов подвижного состава.

Таким образом, при проведении маркетинговых работ для привлечения населения к пользованию ГОТ необходимо определить, какие группы населения возможно в первую очередь привлечь к использованию ГОТ (мужчины, женщины, их возрастные рамки, профессиональная деятельность и т.д.), выделить факторы, определяющие их выбор между ГОТ и ЧТГ, спрогнозировать готовность выбранной группы использовать ГОТ; выявить условия, при которых данная группа автовладельцев станет использовать ГОТ регулярно; определить те из них, на которые может повлиять городская власть, а на какие – предприятие-перевозчик.

УДК 656

## **Оценка необходимости защитных барьеров на станциях метрополитена**

Пантелеева А.Л.

Уральский государственный экономический университет (Россия)

Метрополитен занимает важное место в транспортной системе крупного города. С каждым годом пассажиропоток растет и на станциях метрополитена Екатеринбурга возникают скопления людей. Это обстоятельство повышает опасность для пассажиров. Случается, что люди падают на пустое полотно станций, что ведет к травматизму, вплоть до летальных исходов. Для обеспечения безопасности пассажиров в метро применяются такие меры, как: яркая, светящаяся линия безопасности у края платформы; контролеры и дежурные на станции; сообщения о времени до прибытия поезда; сигнализация, срабатывающая при пересечении линии; возможность вызова помощи; таблички и плакаты, объясняющие, что делать, если что-то произошло; повышение общей, в т.ч. транспортной культуры гражд-