

# ТРАНСПОРТНИЙ ШУМ ЯК ФАКТОР ДЕСТРУКЦІЇ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ У МІСТАХ

Арунашвілі Є.Г.

Науковий керівник: Дмитрієв І.А., д.е.н, професор  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет

На сьогоднішній день шумове забруднення є предметом різноманітних досліджень, головним чином досліджень його впливу на здоров'я людини та ефективність праці. Дослідження показують, що шум транспорту в міських районах надзвичайно зріс з початку століття, насамперед через збільшення обсягів перевезення пасажирів і вантажів. Можна зробити висновок, що сьогодні в міській місцевості основним джерелом шуму є саме шум транспорту, який становить близько 80% усіх джерел шуму. Транспортний шум, викликаний дорожнім рухом, є найпоширенішим типом шуму в міських районах і, як такий, становить серйозну проблему.

На рис. 1 показано розподіл міського шуму за його джерелами.

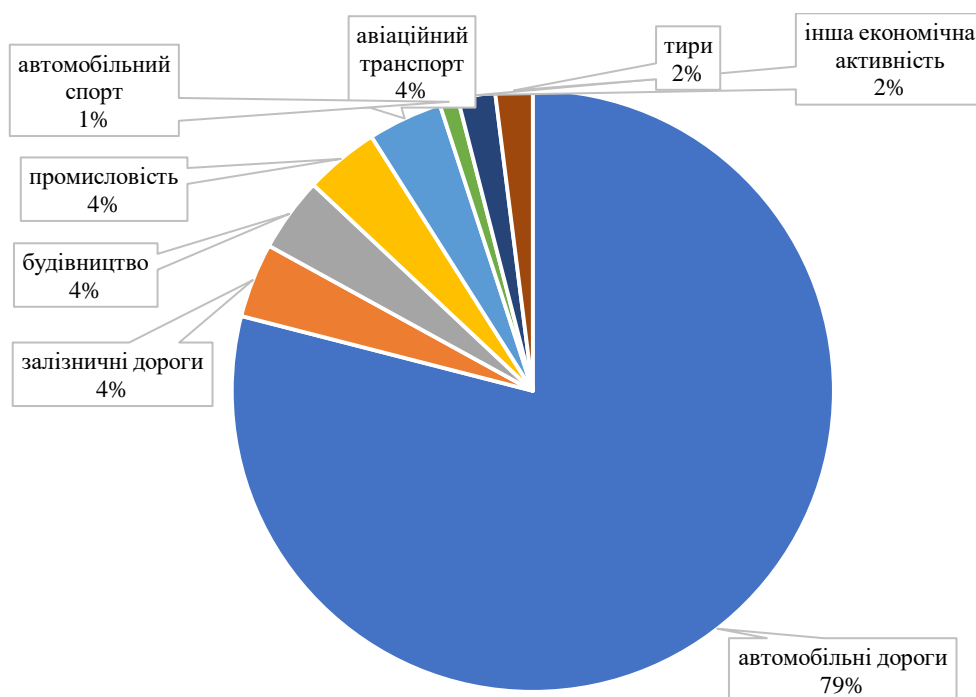


Рисунок 1 – Джерела міського шуму, % [1]

Транспортний шум здійснює комплексний негативний вплив на організм людини: діє на органи слуху, на нервову систему, на психіку, спричиняє підвищення кров'яного тиску й ослаблення уваги, впливає на зоровий і вестибулярний апарати тощо. У разі постійного шумового фону до 70 дБА виникають порушення ендокринної та нервової систем, до 90 дБА – порушується слух, до 120 дБА – призводить до фізичного болю, який може бути нестерпним [2].

Табл. 1 наглядно ілюструє середній рівень шуму, який продукують різні види транспорту.

Таблиця 1 – Середній рівень шуму різних видів транспорту [1]

Тип транспорту	Середній рівень шуму, дБА
Легковий автомобіль	82
Мотоцикл	90
Вантажний автомобіль	103
Турбореактивний літак	150
Швидкий пасажирський потяг	65
Вантажний потяг	60
Метро	70

Найбільш розповсюдженими та поверхневими ефектами шуму є зниження концентрації, розумової діяльності та безсоння. Проте шум здатен впливати на чимало систем людського організму. Шум має накопичувальний ефект, тобто акустичне подразнення накопичується в організмі та з часом все сильніше пригнічує нервову систему. Шум активізує вироблення адреналіну, кортизону, норадреналіну – «гормонів стресу». Цей процес не припиняється навіть під час нічного відпочинку: коли тіло отримує дозу шуму під час спокою, тіло утримується на легких фазах сну, що порушує кров'яний тиск і викликає гіпертензію, а також зміщує циркадні ритми людини. У нічний час шум від 50 дБА підвищує рівень кортизолу та тиску в крові, що призводить до розвитку ішемічної хвороби серця та гострого інфаркту міокарда, інсульту, пошкодження клітин у результаті окислення і запалення кровопосточальних судин. Окрім вироблення «гормонів стресу», шум також може погіршувати психологічний стан, викликати психічні розлади, серед яких депресія та тривожність. Тривалий контакт з інтенсивним шумом може викликати зміни в особистості та агресивні реакції, виступати психологічним тригером для людей з посттравматичним синдромом [3].

Згідно з дослідженням Всесвітньої організації охорони здоров'я [4], люди, що живуть поруч із аеропортами та навантаженими дорогами частіше за інших відчувають головний біль, вживають більше ліків для покращення сну та седативних препаратів, частіше звертаються за психіатричною допомогою.

#### *Література:*

1. Sanja Grubesa & Mia Suhanek. Traffic Noise. URL: <https://www.intechopen.com/chapters/72522> (дата звернення: 13.02.2022).
2. Шум та його шкідливі наслідки. URL: <https://uz.dsp.gov.ua/index.php/diialnist/hihiiena-pratsi/749-shum-ta-ioho-shkidlyvi-naslidky> (дата звернення: 12.02.2022).
3. Дослідження: як шумове забруднення руйнує наше здоров'я та що з цим робити. URL: <https://slukh.media/texts/specials/noise-survey/> (дата звернення: 05.02.2022).
4. Health effects of environmental noise pollution. URL: <https://www.science.org.au/curious/earth-environment/health-effects-environmental->

noise-pollution#:~:text=Exposure%20to%20prolonged%20or%20excessive, cardiovascular%20disease%2C%20cognitive%20impairment%2C%20tinnitus (дата звернення: 14.02.2022).

## **УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТЮ В УМОВАХ ЗДІЙСНЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

*Безпала В.Д.*

*Науковий керівник: Кирчата І.М., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Для того, щоб підприємство могло успішно конкурувати та досягати власних цілей на зовнішньому ринку, воно має активізувати та структурувати систему управління маркетингом як одну з необхідних умов.

Маркетинг в умовах зовнішньоекономічної діяльності визначається як ділова активність підприємства, спрямована на планування, ціноутворення, просування товарів та послуг у більш ніж одній країні з метою отримання прибутку.

Ф. Котлером були виділені дві групи методів на вибір ринку для здійснення зовнішньоекономічної діяльності: аналітичний (дерево рішень), що включає аналіз рівня попиту на пропонований товар, аналіз витрат і доходів, та евристичний (асоціативний). Також одним із головних факторів вибору ринку є розуміння споживчої цінності товару для іноземного споживача.

В умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності розвиток маркетингової діяльності дає підприємству низку переваг:

– через прагнення вдосконалити товар та задовольнити потреби закордонного споживача, відкрити нові способи ефективного виробництва та надання інноваційних характеристик товару, досягається підвищення ефективності надання послуги та підприємство стає більш ефективним у виробництві;

– розвиток зовнішньоекономічної діяльності підприємства свідчить про набуття сильної конкурентної переваги на внутрішньому ринку та зростання інформованості споживачів про марку підприємства та продукт чи послугу;

– шляхом економії на масштабі та збільшенні частки ринку відбувається збільшення прибутку підприємства.

Управління маркетингової діяльністю в умовах здійснення зовнішньоекономічної діяльності є масштабним і складним процесом, яке дозволяє підприємству підвищити ефективність продукту, збільшити конкурентну перевагу на внутрішньому ринку та отримати економію на масштабі.

Найважливішими елементами системи маркетингового управління зовнішньоекономічної діяльності виступають:

1. Правильний вибір експортного ринку – головне завдання маркетингового відділу та маркетингових експертів. Маркетинговий потенціал для експортного продукту, конкуренція на ринку, маркетингові тенденції,