

Градска логистика: идеи за разрешаване на проблеми

наръчник за граждански инициативи



За Земята
Проекти за Зелено Вълнение

ТРАНСФОРМИРАЙ
СОФИЯ

СЪДЪРЖАНИЕ

1. Въведение	3
1.1. Да започнете ли?	5
2. Планиране, подготовка	6
3. Обединяване на хората, за да се създаде натиск	9
3.1. Намиране на хора, които са запознати с вашия проблем	9
3.2. Създаване на общност	10
3.3. Създаване на документ за проблема и решението	12
3.4. Разширяване на общността	12
4. Участие на граждански организации	14
4.1. Включване на местни организации в намирането на хора, които са чувствителни към проблема	14
4.2. Организиране на морална подкрепа от граждански организации	15
5. Оказване на натиск	17
6. Участие на икономическите оператори	20
6.1. Местен проблем	20
6.2. Общ проблем	21
7. Управление на риска	22
Приложение: Идеи за намаляване на екологичните щети, причинени от градския товарен транспорт	25
Приложение 1. Регулиране на достъпа	26
Приложение 2. Организация на товарния транспорт	29
Приложение 3. Техническо обновяване на градския товарен транспорт	35

1. Въведение

Градският товарен транспорт осигурява снабдяването на градовете, но когато се управлява неправилно, той може да доведе до повече шум, замърсяване, задръствания и проблеми с безопасността по улиците.

Този наръчник е предназначен за активни граждани, граждански объединения и организации, които искат да се справят с ежедневните проблеми, причинени от градския товарен транспорт – от доставките с дизелови микробуси и хаотичното товарене до опасното каране по тротоарите и паркирането, което пречи на движението.

Тези проблеми рядко се решават от една организация, действаща самостоятелно. За да променят местната или националната политика, организациите често трябва да създават съюзи, да ангажират гражданите, да събират доказателства и да създават видим обществен натиск.

Настоящият наръчник предлага практически стъпки за постигането на тази цел: как да се определи проблемът, да се изгради общност, да се разработят общи решения, да се работи с граждански организации, да се ангажират предприятията, да се повлияе на лицата, вземащи решения, и да се управляват рисковете по време на целия процес.

Примери за проблеми, свързани с градския товарен транспорт



Градският товарен транспорт може да направи улиците по-шумни, по-замърсени, по-опасни и по-трудни за придвижване. Често срещани проблеми са:

Микробуси и леки автомобили:

- Шум и замърсяване на въздуха от дизелови товарни превозни средства, особено в зони с интензивен трафик
- Допълнителен трафик и емисии, причинени от шофьори, търсещи място за товарене или паркиране
- Небезопасно или незаконно паркиране на тротоари, велосипедни алеи, пътни платна, зелени площи или други забранени зони
- Лошо организирани товарно-разтоварни дейности, които пречат на пешеходците, велосипедистите или използващите обществения транспорт

Велосипеди, мотопеди и мотоциклети:

- Каране или превишена скорост по тротоарите и в пешеходните зони
- Паркиране, което пречи на пешеходните маршрути
- Групи от куриери, които блокират тротоарите или обществените пространства
- Шум и замърсяване от мотопеди и мотоциклети с двигатели с вътрешно горене, особено по-старите двутактови такива

Тези ежедневни проблеми могат да бъдат силни отправни точки за организиране на общността. Снимки, наблюдения и локални примери могат да помогнат да се покаже мащаба на проблема и да се създаде натиск за по-чист, по-безопасен и по-добре управляван градски товарен транспорт.

1.1. Да започнете ли?

Преди да стартирате кампания, отделете време да прецените дали проблемът е подходящ за обществена акция.

Задайте си следните въпроси:

- Може ли проблемът да бъде ясно описан и документиран?
- Можем ли да го обясним просто, с едно-две изречения?
- Засяга ли той достатъчно хора, за да се изгради видима обществена подкрепа?
- Дали решението е отговорност на общината, държавата или друг публичен орган?
- Би ли довела намесата до значително подобрение?
- Можем ли да съберем истории, снимки, видеоклипове или данни, за да докажем, че проблемът съществува?
- Има ли реалистичен път за промяна?

Един добър проблем за кампания не само е сериозен, но е и разбираем, видим и разрешим. Колкото по-ясен е проблемът, толкова по-лесно е да привлечете хората на ваша страна.

2. Планиране, подготовка

Започнете с документиране на проблема.

За локален проблем съберете ясни доказателства от мястото на събитието. Това може да включва снимки, кратки видеоклипове, свидетелства на жители, наблюдения на трафика, примери за незаконно паркиране или записи на повтарящи се блокирания на движението.



След това определете кои са засегнатите хора. Това могат да бъдат живеещите в околността, пешеходци, велосипедисти, ползватели на обществен транспорт, хора с увреждания, родители с детски колички, местни търговци или самите куриери.

След като разполагате с тази информация, използвайте я, за да започнете разговори. Локалните примери могат да помогнат за обединяването на хората и да покажат, че проблемът не е изолиран. Проблем, който на пръв поглед засяга само една улица или квартал, може да се окаже част от по-широка, системна нередност, която изисква административни или политически промени.

За по-широкообхватен казус (като замърсяването от дизелови товарни превозни средства, задръстванията или емисиите, свър-

зани с климата) започнете с данни. Полезна информация може да включва:

- броя и вида на превозните средства, използвани за градски доставки
- приблизителни годишни емисии на замърсители на въздуха, свързани с транспорта
- данни за замърсяването на въздуха
- последствия от задръстванията
- броя на наложените глоби за незаконно товарене или паркиране
- местоположението и наличността на места за товарене;
- броят на жалби от жителите

Превърнете тези данни в кратък брифинг или информационен лист. Един добър брифинг може да се използва през цялата кампания: пред жители, журналисти, неправителствени организации, политици, държавни служители и представители на бизнеса.

По време на етапа на планиране решете кои инструменти ще използвате и подгответе прост план на проекта. Планът трябва да включва вашата цел, ключовите лица, от които зависят решенията, но и съюзниците, рисковете, графика и ключовите моменти за публични действия.

ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЕ ДАЛИ ДА СЕ ПРЕДПРИЕМАТ ДЕЙСТВИЯ СРЕЩУ ПРОБЛЕМА.



3. Обединяване на хората, за да се създаде натиск

За да създадете натиск за промяна, се нуждаете от общност от хора, които осъзнават проблема и желаят промяна и действия по въпроса.

Започнете с проблема, а не с решението. Хората са по-склонни да се включат, когато видят, че техният собствен опит е отразен: запушен тротоар, шумен трафик от доставки, опасно каране по пешеходни пътеки или микробуси, които обикалят в търсене на място за разтоварване.

Първата задача е да намерите хора, които вече са засегнати или загрижени. След като ги идентифицирате, можете да разширите кампанията, като достигнете до тези, които може би все още не възприемат градските товарни превози като „своя тема“, но които се интересуват от чист въздух, безопасност, достъпност, придвижването на децата в града, мерките за борба с климатичните промени или качеството на живот в града им.

3.1. Намиране на хора, които са запознати с вашия проблем

Използвайте всеки възможен начин, за да намерите хора, които осъзнават проблема.

Можете:

- да се свържете с членовете, съмишлениците и абонатите на бюлетина на вашата организация
- да раздадете листовки по засегнатите улици, като посочите телефонен номер, имейл адрес или контактни данни на офиса
- да повдигнете въпроса в местни групи във Facebook и други онлайн общности
- да поканите хората да съобщават за конкретни случаи, като паркиране на тротоара, опасно разтоварване, превишена скорост или блокирани пешеходни пътеки
- да създадете прост онлайн формуляр за подаване на сигнал

Формулярът за подаване на сигнал трябва да е бърз и лесен за попълване. В него може да се изисква:

- местоположение
- дата и час
- кратко описание на инцидента
- контактни данни на лицето, което подава сигнала
- съгласие за използване на информацията
- възможност за качване на снимка или видео

Съхранявайте сигналите в база данни или електронна таблица с възможност за търсене. С течение на времето това ще ви помогне да идентифицирате тенденции, проблемни зони и повтарящи се проблеми.

3.2. Създаване на общност

Когато хората отговорят на призива ви, първо им пишете лично. Благодарете им, помолете за разрешение да поддържате връзка с тях и ги поканете да се абонират за бюлетин или да се включат в мейлинг лист със съобщения за кампанията.

Бюлетинът може да бъде част от съществуващите комуникации на вашата организация или да бъде посветен на този конкретен проблем, свързан с градските товарни превози. Използвайте го, за да:

- обяснявате проблема
- споделяте интересни примери, изпратени от гражданите
- отчитате напредъка на кампанията
- каните хората на срещи
- представяте възможни решения
- празнувате малките победи
- насърчавате хората да предприемат прости действия

Когато има достатъчен интерес, организирайте среща. Целта е не само да се оплакваме от проблема, но и да работите заедно за намиране на решение.

По време на срещите участниците могат:

- да опишат как проблемът се отразява на ежедневието им
- да идентифицират органа, отговорен за решаването му

- да обсъдят възможни решения
- да набележат съюзници и опоненти
- да идентифицират бизнесите, свързани с проблема
- да подготвят контрааргументи и отговори
- да решат кой иска да участва активно

Някои участници може да искат просто да бъдат информирани. Други може да желаят да помогнат в организацията. Създайте по-малка група от доброволци, които са готови да поемат по-активна роля.

Водете добра документация. Независимо дали хората се присъединяват чрез листовки, социални медии, съществуващи мрежи, щандове или публични срещи, съхранявайте данни за контакт внимателно и със съгласието на съответните лица.

3.3. Създаване на документ за проблема и решението

След като общността е обсъдила проблема и възможните отговори, обобщете резултатите в ясен документ.

Този документ трябва да обясни:

- какъв е проблемът
- кои са засегнатите
- къде и колко често възниква
- защо съществуващите правила или системи не функционират
- какво решение предлага общността
- кой орган или институция носи отговорност
- какво действие се изисква
- какви положителни ефекти би могло да има решението
- какви възможни отрицателни странични ефекти трябва да се имат предвид

Предложеното решение трябва да бъде конкретно, реалистично и лесно за обяснение. Хората трябва да разберат какво искате и кой има правомощията да го осъществи.

Полезно е също да включите контрааргументи. Какви възражения вероятно ще бъдат повдигнати? Какви алтернативни предложения биха могли да се появят? Защо предпочитаното от вас решение е по-силно, по-справедливо или по-ефективно?

Можете да решите дали да представите предложението като окончателно или като проект, отворен за подобрения. И в двата случая отговаряйте сериозно на разумните коментари. Силната кампания е уверена, но не е затворена.

3.4. Разширяване на общността

След като проблемът и решението ви са ясни, можете да започнете да разширявате подкрепата.

На този етап изграждането на общност и общественият натиск започват да се припокриват. Публични акции, медийни репортажи, публикации в социалните медии, улични щандове, петиции, шествия и местни събития – всичко това може да помогне за привличането на нови хора.

Целта е проблемът да стане видим, достъпен за разбиране и лесен за ангажиране. Градската логистика може да звучи технически, но последиците са много видими: запушени тротоари, опасно товарене, замърсен въздух, шумни улици и обществено пространство, отнето от хората.

Използвайте тази видимост. Покажете проблема. Разкажете човешки истории. Поканете хората да споделят свои примери. Колкото повече хора разпознават, че това засяга и тяхното ежедневие, толкова по-силна става кампанията.



4. Участие на граждански организации

Други граждански организации могат да подсилят вашата кампания. Някои от тях могат да подкрепят вашата петиция, позиция или публични изявления. Други могат да помогнат за мобилизирането на своите членове, да споделят примери, да участват в срещи, да говорят пред медиите или да вземат участие в акции. Някои от тях могат да се превърнат в близки партньори по кампанията.

За да решат как могат да помогнат, партньорските граждански организации се нуждаят от ясна информация. Обяснете проблема, предложеното решение, засегнатите общности и ролята, която искате те да поемат.

Има два основни подхода: ангажиране на местни организации на ранен етап, за да помогнат при намирането на засегнати хора, и търсене на по-широка морална подкрепа, след като кампанията е готова да окаже натиск.

4.1. Включване на местни организации в намирането на хора, които са чувствителни към проблема

Градските товарни превози са свързани с много други местни проблеми: транспорт, пътна безопасност, чист въздух, достъпност, обществено пространство, климат и качество на живот в кварталите.

Това означава, че други местни организации може би вече са в контакт със засегнати хора.

В зависимост от въпроса може да е полезно да се свържете с:

- екологични организации
- групи за чист въздух
- активисти за пътна безопасност

- групи за пешеходци и велосипедисти
- организации за защита на правата на хората с увреждания
- родителски групи
- квартални сдружения
- активисти за общественото пространство
- местни доброволчески групи или организации за обществена безопасност

Например в Будапеща местните граждански патрули – доброволци, които помагат за поддържането на реда в определени райони – могат да забележат нерегламентирана товарна дейност, опасно паркиране или поведение, което пречи на пешеходците. Групи като тази могат да помогнат за идентифицирането на критичните места и засегнатите жители.

Някои организации може да са склонни да направят нещо повече от това просто да споделят контакти. Ако те показват по-силна обвързаност с проблема, включете ги още от самото начало: подготвяйте документи, планирайте публични акции и упражнявайте натиск заедно.

4.2. Организиране на морална подкрепа от граждански организации

След като кампанията ви е събрала доказателства и е започнала да оказва натиск, обърнете се към по-широк кръг от граждански организации.

Подгответе кратко резюме, в което обяснете:

- естеството на проблема
- кои са засегнатите
- какви доказателства са събрани
- какво решение се предлага
- какъв напредък вече е постигнат
- каква подкрепа искате

Попитайте организациите дали могат:

- да споделят информация със своите членове
- да популяризират вашите събития или демонстрации

- да подпишат съвместно писмо или позиция
- да подкрепят публично вашите искания
- да участват в срещи с лица, вземащи решения
- да ви помогнат да се свържете с журналисти или местни инфлуенсъри

Широката коалиция може да покаже на лицата, вземащи решения, че проблемът не е ограничен или изолиран. Тя може също така да предпази кампанията от това да бъде отхвърлена като казус, засягащ само ограничена група.

5. Оказване на натиск

Целта на обществения натиск е да подтикне отговорния орган – обикновено общината, а понякога и държавата – да премине от осъзнаване към действие.

Преди да излезете публично с искането си, проверете дали сте готови.

Задайте си следните въпроси:

- Знаем ли коя институция има правомощията да действа?
- Знаем ли кой отдел, комисия или длъжностно лице е отговорен?
- Ясно и убедително ли е описанието ни на проблема?
- Дали предложеното от нас решение е разбираемо и реалистично?
- Имаме ли достатъчно примери, снимки, истории или данни, които да подкрепят тезата ни?
- Знаем ли кой може да ни се противопостави?
- Имаме ли отговори на вероятните контрааргументи?
- Знаем ли кои политици, длъжностни лица, НПО или фирми биха могли да станат наши съюзници?

Полезни тактики за оказване на натиск включват:

- изпращане на официално писмо с оплакване до общината;
- подаване на подробно предложение с предпочитаното от общността решение;
- свързване с контактния център в общината или Комисията за връзки с гражданското общество;
- искане на среща с кмета, заместник-кмета или отговорното длъжностно лице;
- подаване на предложението като проект за граждански бюджет, ако е приложимо;
- повдигане на въпроса по време на общински, екологични или свързани с пътната безопасност събития;
- използване на плакати, информационни табла, игри, анкети или интерактивни карти за обясняване на проблема;
- събиране на имейл адреси и данни за контакт по време на публични събития;
- осигуряване на медийно отразяване от местните медии;

- участия в дискусии по радио или телевизия;
- прашане на коментари или писма до местните вестници;
- насърчаване на поддръжниците да изпращат персонализирани писма до кмета или общинските съветници;
- насърчаване на жителите да вземат думата по време на общински изслушвания;
- искане от избраните представители да повдигнат въпроса в комисиите, партийни групи или заседания на общинския съвет;
- организиране на конференция с участието на длъжностни лица, експерти, представители на бизнеса и жители;
- провеждане на демонстрационни разходки из града, за да се покаже проблемът на мястото на събитието;
- поставяне на улични щандове, за да се достигнат нови хора;
- организиране на демонстрации;
- изпращане на позиции до институцията, отговорна за решаването на проблема.

За местната телевизия и радио дискусийните формати могат да бъдат ефективни и евтини. Кратък репортаж или видео от мястото на проблема може да бъде последвано от разговор в студиото с жители, представители на бизнеса, активисти или местни длъжностни лица.

Демонстрациите трябва да имат ясна цел. Решете дали искате да покажете обществена подкрепа, да окажете натиск върху конкретен вземащ решения човек или орган, да привлечете медийно внимание или да отбележите ключов политически момент.

Една добра демонстрация се нуждае от:

- просто искане
- кратко, запомнящо се послание
- силна визуална идея
- ясно разпределение на ролите сред организаторите
- предварителна публичност
- работа с традиционните медии
- разпространение в социалните мрежи
- последващи действия

Най-успешните кампании за оказване на натиск съчетават офи-

циално участие с видима обществена подкрепа. Лицата, вземащи решения, трябва да чуят вашето мнение по време на срещите – и да видят, че по-широката общност следи събитията.



6. Участие на икономическите оператори

Бизнесът често е пряко свързан с проблемите на градските товарни превози. Той може да бъде част от проблема, но може и да бъде част от решението.

Куриерските фирми, търговците на дребно, логистичните оператори, собствениците на магазини, търговците, ресторантите и доставчиците на услуги може да имат интерес от по-добра товаро-разтоварна дейност, по-чисти превозни средства, по-малко конфликти и по-надеждни системи за доставки.

Обърнете се към тях внимателно. Някои може да се страхуват от нови правила, разходи или ограничения. Други може да приветстват решения, които улесняват доставките и правят улиците по-предвидими.

Мащабът на проблема ще определи кои лица трябва да включите. Подаване на предложението като проект за граждански бюджет, ако е приложимо

6.1. Местен проблем

Ако проблемът засяга блок, улица, квартал или жилищен комплекс, започнете с бизнеса, който се намира най-близо до него. Това може да включва:

- магазини
- кафенета и ресторанти
- местни пазари
- фирми, предлагащи услуги
- доставчици
- куриери
- управители на имоти
- сдружения на жителите

Свържете се с тях лично. Обяснете проблема, изслушайте техния опит и попитайте дали биха подкрепили едно практично решение.

След това можете да поканите бизнеса, гражданите и общината да обсъдят въпроса заедно. Местна среща или малка конференция може да помогне на всички страни да представят своите нужди и да намерят работещо решение.

Ако някои фирми подкрепят предложението ви, обмислете да напишете съвместно писмо, позиция или прессъобщение. Това може да покаже на общината, че кампанията не е насочена срещу бизнеса, а към намиране на решение.

Дръжте местните жители информирани през целия процес, като използвате бюлетини, местни медии, социални мрежи и публични срещи.

6.2. Общ проблем

Ако проблемът засяга по-голяма територия (или дори цялата община), може да се окаже по-ефективно да се обърнете към бизнес сдружения, а не към отделни фирми.

Сред подходящите организации могат да бъдат:

- търговски камари
- промишлени камари
- транспортни сдружения
- логистични асоциации
- федерации на търговците на дребно
- асоциации на ресторантите или хотелиерството
- куриерски платформи или такива за доставки

Представете ясно проблема и предложеното решение. Ако те се съгласят с вашата позиция, може да са склонни да се присъединят към обществени действия, да споделят данни, да подкрепят предложения за политики или да насърчат своите членове да вземат участие.

Спечелването на подкрепата на бизнеса може да направи кампанията много по-трудна за пренебрегване. Това показва на вземащите решения, че промяната се изисква не само от жителите, но е ефективна и за определени сектори от местната икономика.

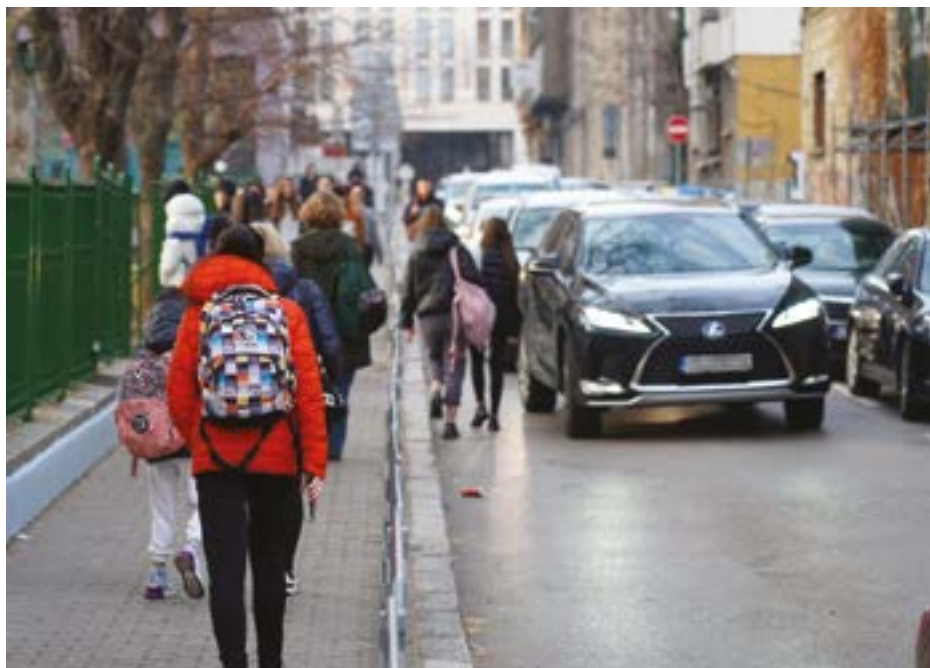
7. Управление на риска

Всяка кампания носи рискове. Започнете да ги идентифицирате навреме и решете как ще реагирате.

Типичните рискове включват:

- политическа съпротива
- икономическа опозиция
- изкривено медийно отразяване
- враждебни кампании в социалните мрежи
- умора сред местната общност
- прегаряне на доброволците
- изпускане на момента за действие
- нереалистични очаквания
- забавяния от страна на държавните органи

Проблемите, свързани с околната среда и климата, могат бързо да се политизират. Едно практично решение в областта на транспорта може внезапно да бъде третирано като част от по-широк



политически конфликт. Планирайте как ще избегнете това, където е възможно, как ще го смекчите, когато е необходимо, или как ще го използвате, за да постигнете по-голяма видимост, ако не може да бъде избегнато.

Ясната комуникация намалява риска от изкривяване на информацията от медиите. Подгответе прости послания, информационни материали с контекст и ясни отговори на трудни въпроси. Изградете отношения с журналистите преди възникването на конфликтни ситуации.

Използвайте контрааргументи проактивно. Ако знаете възраженията, които вероятно ще се появят, отговорете на тях предварително. Това показва увереност и помага да се изझे инициативата за определяне на хода на дебата от страна на опонентите.

Умората на общността също е сериозен риск. Кампаниите често отнемат повече време, отколкото се очаква. Избягвайте да разчитате на едни и същи няколко души за всяко действие. Свържете опитни доброволци с по-нови поддръжници. Канете повече хора, отколкото е строго необходимо, на публични срещи или изяви в общината, като имате предвид, че някои ще се откажат.



Следете за признаци на умора. Ако участието спадне рязко, попитайте защо. Претоварени ли са доброволците? Хората губят ли надежда? Действията твърде еднообразни ли са? Победите твърде незабележими ли са?

Редовната обратна връзка помага да се поддържа ангажираността на хората. След всяка акция попитайте какво е проработило, какво е било полезно и какво трябва да се промени. Празнувайте напредъка, дори когато крайната цел все още не е постигната.

Устойчивата кампания не е тази, която избягва всяка трудност. Тя е тази, която се учи, адаптира се и поддържа ангажираността на хората. Мащабът на проблема ще определи кои лица трябва да включите. Подаване на предложението като проект за граждански бюджет, ако е приложимо.

Приложение: Идеи за намаляване на екологичните щети, причинени от градския товарен транспорт



Много от проблемите, свързани с градските товарни превози, вече са добре известни на транспортните експерти, общините и активистите. В цяла Европа градовете са тествали широк спектър от решения, а много мерки вече са разработени чрез Планове за устойчива градска логистика, често наричани Sulp.

Представените по-долу идеи са предназначени да служат като вдъхновение. Те не представляват готова програма. Всяка организация трябва да ги използва като отправна точка, след което да работи с общността си за разработване на решения, съобразени с местния проблем.

Мерките могат да бъдат групирани в три широки категории:

- регулиране на използването на пътищата
- организация на товарния транспорт
- техническо обновяване на товарните превозни средства

Приложение 1. Регулиране на достъпа

Регулирането на ползването на пътищата определя кои превозни средства могат да използват кои улици, по кое време и при какви условия. То може да бъде един от най-мощните инструменти за намаляване на отрицателните въздействия на товарния транспорт.

Приложение 1.1. Зони с контролиран достъп

Правилата за достъп могат да намалят най-вредния трафик в най-чувствителните зони на града. Те могат да се основават на теглото на превозното средство, емисиите, часа на деня, типа на превозното средство или системи за разрешителни.

Приложение 1.1.1 Ограничение на теглото

Един от начините за защита на жителите от трафика на тежкотоварни превозни средства е да се ограничи достъпът на по-големи камиони в гъсто населените райони.

В Будапеща, например, са въведени правила, които ограничават камиони над определени прагове на тегло. В някои зони превозните средства над 3,5 тона или 12 тона могат да влизат само със специално разрешение.

Правилата, основани на теглото, могат да намалят шума, повредите по пътната инфраструктура, опасностите на улицата и задръстванията в жилищните райони, като в същото време позволяват необходимите доставки при контролирани условия.

Приложение 1.1.2 Ограничения въз основа на замърсяването

Много градове използват ограничения, основани на емисиите, за да намалят замърсяването от товарни и други превозни средства, като зони с ниски емисии и зони с нулеви емисии.

На някои места правилата важат само за камиони. На други – за всички превозни средства. В някои зони се допускат само по-нови и по-екологични такива. Други градове се ориентират към товарни превози с нулеви емисии, като позволяват движението само на електрически или други превозни средства с нулеви емисии. В София в момента зоната с ниски емисии действа само през зимата и не обхваща двуколесните превозни средства и теж-

кия товарен трафик над 3,5 тона, което ограничава нейния ефект.

Уебсайтът urbanaccessregulations.eu предоставя обзор на европейските правила за достъп и зоните с ограничения за емисиите.

Приложение 1.2 Регулиране на товаро-разтоварната дейност

Добрите правила за товарене трябва да улесняват доставките, като същевременно поддържат улиците свободни и достъпни за всички.

Една добре проектирана система се нуждае от:

- достатъчен брой обособени места за товарене/разтоварване
- ясни правила за това кой може да ги използва и кога
- дигитални системи за резервации
- мерки срещу злоупотреби
- мониторинг за предотвратяване на блокирано движение
- бърза реакция при неправомерно спиране на превозни средства

В една идеална система всяка товарна рампа е оборудвана със сензор и е свързана с цифрова платформа за резервации. Превозвачите резервират място за конкретен час. Ако превозно средство спре без предварително да е запазено време, системата сигнализира на контролните органи.

Системи от този вид са въведени в градове като Амстердам, Париж, Барселона, Лондон и Ню Йорк.

„Distribució Urbana de Mercaderies“, Барселона



- Системата за градска дистрибуция на стоки в Барселона обхваща движението на стоки в рамките на града, включително доставки до предприятия и институции, доставки до потребители и свързани услуги.
- Градът предоставя около 10 000 безплатни места за товаро-разтоварна дейност. Много от тях са паркоместа под наблюдение, а използването им трябва да се заяви чрез приложението SPRO.
- Автомобилите с бензинови двигатели обикновено могат да заемат място за товарене до 30 минути без специално разрешение. Електрическите автомобили могат да ги използват до един час.
- Този подход свързва управлението на товарните превози с по-широкия модел на общественото пространство в града. Той отчита факта, че товаренето не е само логистичен въпрос – то е и въпрос на управление на уличното пространство.
- Повече информация: <https://areaverda.cat/en/dum>

Приложение 2. Организация на товарния транспорт

Градският товарен транспорт може да стане по-екологичен и по-ефективен не само чрез подмяна на превозните средства, но и чрез промяна в начина, по който стоките се организират и доставят.

Приложение 2.1. Разпределение на стоките към магазините

Градовете могат да намалят товарния трафик, като разделят дистрибуцията на едро на дълги разстояния от доставките до т.нар. „последна миля“, т.е. до магазините.

Големите търговски вериги често вече правят това. Стоките се събират в складове извън града, сортират се по доставки за конкретни обекти и след това се изпращат до тях по организирани маршрути. Отпадъците от опаковки също могат да се събират и връщат ефективно.

По-малките магазини често се снабдяват по много по-неефективен начин. Различни търговци на едро могат да доставят отделни стоки, като консерви, макаронени изделия, напитки, продукти за домакинството или тоалетни принадлежности, в отделни курсове. Отпадъците от опаковки могат след това да се озоват в общите битови отпадъци или да бъдат сортирани за рециклиране само частично.

Тази система може да бъде направена по-ефективна. Производителите и търговците на едро биха могли да доставят стоките до консолидационни складове в периферията на града. Поръчките за всеки градски магазин биха могли след това да бъдат събрани и доставени с по-малко, но по-добре организирани курсове.

Оттам стоките биха могли да се превозват до магазините с микробуси, електрически превозни средства или товарни велосипеди, включително през градски микроцентрове за разпределение. Отпадъците от опаковки биха могли да се събират чрез същата система.

Резултатът би бил по-малко превозни средства за доставки, по-малко задръствания, по-малко замърсяване и по-ефективно използване на уличното пространство.

Cityporto Padova

Cityporto Padova е добре известен пример за консолидиране на градски товари.

Създаден през 2005 г. от Interporto Padua Spa, Cityporto обединява пратки от различни превозвачи и ги доставя в града с помощта на превозни средства с ниски емисии, включително микробуси на природен газ и електрически микробуси.



Над 50 превозвачи и спедитори използват услугата доброволно. Чрез консолидирането на доставките Cityporto намалява броя на камионите, влизащи в града, и поема последните километри от доставката.

Системата спомага за намаляване на замърсяването на въздуха, шума от трафика и задръстванията. Всеки микробус на Cityporto може да замени няколко отделни микробуса за доставки, тъй като товарите и маршрутите са оптимизирани.

Повече информация: <https://www.interportopd.it/en/cityporto/>

Приложение 2.2. Електронна търговия

Електронната търговия е увеличила броя на доставките на малки пратки в градовете. Без добра организация това може да означава повече микробуси, повече спирки, повече задръствания и по-голяма амортизация на тротоарите и бордюрите.

Едно от решенията е да се отдели „последната миля“ от доставката от останалата част от логистичната верига. Колетните пратки могат да се доставят до градски микроцентрове, а след това да се разнасят до получателите пеша, с велосипед, с товарен велосипед или с други превозни средства с ниско въздействие върху околната среда.

Автоматите за пратки също могат да намалят неуспешните доставки и повторните пътувания. Вместо да доставят всяка пратка до всяка врата, куриерите могат да я оставят в общодостъпни автомати, откъдето жителите да я вземат в удобно за тях време.

Целта е проста: по-малко курсове, по-малко неуспешни доставки и по-малко натоварване на жилищните улици.

Приложение 2.3 Доставка на храна

Доставката на храна се превърна в осезаема част от градския транспорт. Тя осигурява удобство за клиентите и доходи за куриерите, но може да създаде и проблеми, когато превозните средства, зоните за изчакване и поведението на куриерите не се управляват адекватно.

Приложение 2.3.1 Използване на превозни средства

Някои куриери за храна все още използват скутери и мотоциклети с двигатели с вътрешно горене. По-старите, двутактови двигатели на някои от превозните средства са особено замърсяващи и шумни.

Градовете могат да ограничат или да забранят достъпа на тези превозни средства до приоритетни зони, зони с ниски емисии или зони с нулеви емисии. Там, където вече съществуват такива зони, същите условия за достъп следва да важат и за превозните средства за доставки.

По-сериозен проблем е опасното движение на някои куриери, които използват велосипеди, скутери или мотопеди. Проблемите могат да включват каране по тротоарите, превишена скорост в пешеходни зони, неспазване на правилата за движение или излагане на опасност на пешеходците.

Само полицейските мерки едва ли ще решат този проблем в пълна степен. Платформите за доставки и организаторите на превози също трябва да носят отговорност за поведението на куриерите, работещи чрез техните системи.

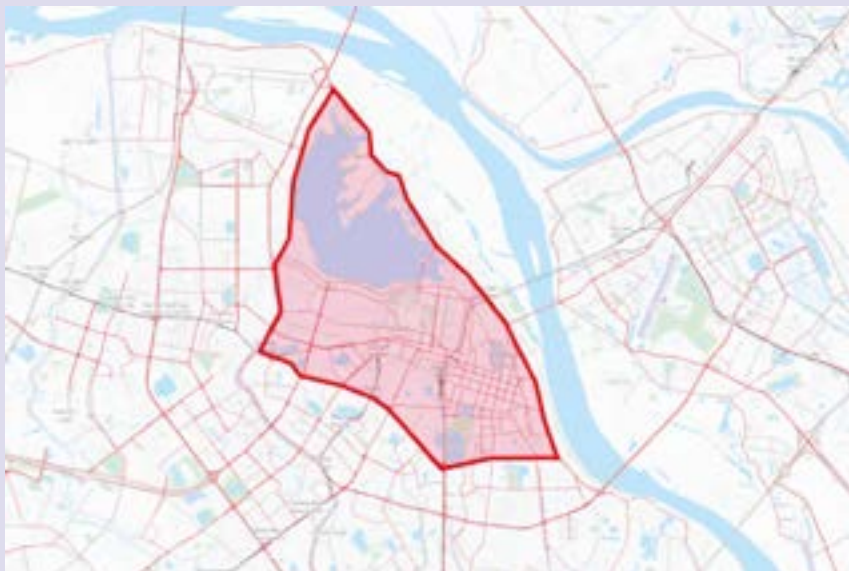
Възможните мерки включват:

- задължително редовно обучение по безопасност
- сертифициране на куриерите, доставящи храна
- отговорност на фирмите за доставки при жалби
- задължително поставяне на уникални идентификационни знаци върху чантите или контейнерите за доставки
- създаване на ясни системи за сигнализиране на опасно поведение
- отнемане на достъпа при многократни нарушения



Двуколесни превозни средства с двигатели с вътрешно горене в градовете

Милано е един от примерите за затягане на правилата за замърсяващите двуколесни превозни средства.



От 1 октомври 2027 г. двуколесните превозни средства с двутактов двигател и дизелов двигател, отговарящи на стандартите „Евро 2“ и „Евро 3“, ще бъдат забранени в градските зони Б и В. На бензиновите превозни средства, отговарящи на стандарта „Евро 3“, е предоставено изключение, но бензиновите двуколесни превозни средства, отговарящи на стандартите „Евро 0“, „Евро 1“ и „Евро 2“, вече няма да бъдат допускани.

Ханой също предприема стъпки към въвеждането на ограничения. От 1 юли 2026 г. двуколесните превозни средства с двигатели с вътрешно горене ще бъдат постепенно забранени в центъра на града.

Тези примери показват как градовете могат да включат мотоциклетите, мопедите и скутерите в по-широките си политики за чист транспорт.

Приложение 2.3.2 Зони за изчакване

Куриерите на храна често се събират пред ресторанти, търговски центрове или натоварени пунктове за получаване на доставки. Без подходящо пространство това може да блокира тротоарите и да създаде конфликти с пешеходците.

Решението не е само в прилагането на закона. Градовете и фирмите могат да създадат специални зони за изчакване за куриерите и да осигурят достатъчно места за паркиране на велосипеди или точки за престои наблизо.

В търговския център „Корвин Плаза“ в Будапеща, например, беше създадена специална зона за куриери за храна. По-широките мрежи от паркинги за велосипеди и „точки за мобилност“ също могат да помогнат за предотвратяването на произволното и създаващо пречки паркиране.

Ясните правила, обособените пространства и добрата инфраструктура за паркиране могат да подобрят работата по доставката на храна както за куриерите, така и за бизнеса и пешеходците.

Приложение 3. Техническо обновяване на градския товарен транспорт

Най-екологичната форма на градски товарен транспорт се осъществява с електрически превозни средства и, където е подходящо, с по-малки превозни средства, като товарни велосипеди.

В дългосрочен план градските товарни автопаркове ще трябва да се откажат от двигателите с вътрешно горене. Този преход може да бъде насърчен чрез регулиране на ползването на пътищата, зони с ниски емисии, зони с нулеви емисии и забрани за замърсяващи превозни средства в чувствителни райони.

Големите международни компании вече подменят част от своите товарни автопаркове с електрически алтернативи. По-малките местни превозвачи и търговци на едро може да се нуждаят от повече подкрепа, за да осъществят този преход.

В Унгария компаниите получиха подкрепа чрез Механизма за възстановяване и устойчивост в рамките на поканата RRF-REP-10.10.1-24, озаглавена „Подкрепа за закупуване на електрически превозни средства за предприятия, които се движат по пътищата“. Програмата приключи на 15 април 2026 г. и подкрепи закупуването на електрически леки и лекотоварни автомобили.

Пример е Criterion Kft., които използваха безвъзмездната помощ, за да закупят 16 микробуса за превоз на пари в брой.

Електрификацията не е единственото решение. Градовете се нуждаят също от по-добри правила за товаро-разтоварната дейност, системи за консолидиране, микроцентрове, автомати за пратки и по-безопасно управление на доставките. Но по-екологичните превозни средства са съществена част от намаляването на вредите върху околната среда, причинени от градските товарни превози.

Автор: Levegő Munkacsoport (Clean Air
Action Group), HU
Превод и редакция: ЕС "За Земята", БГ
Снимки: ЕС „За Земята”
Година на издаване: 2026

Supported by:



Federal Ministry
for the Environment, Climate Action,
Nature Conservation and Nuclear Safety



European
Climate Initiative
EUKI

on the basis of a decision
by the German Bundestag

Материалът е изготвен по проект Clean Freight Futures (Чисто бъдеще за градските доставки), който е част от Европейската климатична инициатива (EUKI) на Германското федерално министерство на околната среда, действията за климата, опазването на природата и ядрената безопасност (BMUKN).

Партньори по проекта:

