

Внутренний контроль

Татьяна Балыкина

Простое решение

Для российского рынка «ДТП – нет!» является уникальным начинанием, хотя за рубежом аналогичная программа действует достаточно продолжительное время – с 1999 г. Это система «How is my driving?», которая реализуется во многих странах мира.

В России этот новый проект был запущен недавно – в июне 2014 г. Однако за столь небольшой отрезок времени он уже обрел первых сторонников.

Основная цель проекта «ДТП – нет!» – организовать сбор и обработку информации о стиле вождения участников дорожного движения, подключенных к системе «ДТП – нет!». В большей степени этот проект нацелен на коммерческие парки, чем на частные автомобили.

Суть данного проекта проста – всеобщий контроль и бдительность участников дорожного движения.

Технически реализация проекта также не представляет особых сложностей. На кузов или заднее стекло автомобиля, участвующего в проекте «ДТП – нет!», наклеивается специальный стикер. На стикере содержится краткая информация о том, что данный автомобиль участвует в проекте «ДТП – нет!», а также указывается бесплатный телефон call-центра, куда можно передать информацию о нарушениях данного водителя.

Таким образом, сообщить о неадекватном стиле вождения или любых, даже незначительных правонарушениях, совершенных этим водителем, может абсолютно каждый участник дорожного движения – как водитель, так и пешеход.

Помимо устной информации, поступающей в call-центр, дополнительным подтверждением нарушений водителя – участника проекта «ДТП – нет!» может послужить запись с видеорегист-

ратора, размещенного в автомобиле позвонившего на «горячую линию». Подтверждением этого является статистика дорожно-транспортных происшествий, в которых страдают все участники дорожного движения – водители, пассажиры и пешеходы. Коммерческие структуры решили не стоять в стороне от печальной статистики ДТП и внести свой вклад в улучшение дорожной ситуации. Они объединились в проекте «ДТП – нет!».

для участников», — говорит Татьяна Бибикина.

Особое внимание создатели проекта «ДТП – нет!» обращают на PR-поддержку проекта, которую нужно развивать и финансировать. Делать это необходимо по той причине, что не все участники дорожного движения достаточно информированы о таком проекте, а также не все знают, что нужно делать, если участник проекта нарушил правила дорожного движения.

«Если компания сознательно решает сделать вклад в уменьшение числа ДТП и улучшить дорожную ситуацию, то об этом нужно рассказать: попросить обычных водителей, пешеходов обращаться на горячую линию, если они увидят нарушения со стороны автомобилей со стикерами, — поясняет Татьяна Бибикина. — Нужно объяснить людям, почему это важно. Да, такие меры требуют определенных временных и финансовых ресурсов. Поэтому команда проекта «ДТП – нет!» берет эти функции на себя».

Следует отметить, что «ДТП – нет!» является коммерческим проектом. Как и у любого коммерческого начинания, у данного проекта есть частные инвесторы, которые вкладывают финансовые ресурсы в его развитие. Из этих средств осуществляется финансирование всех затрат.

«Доходы проекта аккумулируются, исходя из абонентской платы в месяц по каждому транспортному средству, которое подлежит мониторингу. В эту стоимость входят: производство стикера и его однократная бесплатная замена в течение года; работа call-центра, который функционирует круглосуточно, без выходных, в течение всего года; IT-система, упрощающая прием и обработку обращений; инспектор по безопасности дорожного движения, который производит «фильтрацию» звонков на предмет ложности и эмоционального состояния звонившего; PR-сопровождение проекта

для участников», — говорит Татьяна Бибикина.

Особое внимание создатели проекта «ДТП – нет!» обращают на PR-поддержку проекта, которую нужно развивать и финансировать. Делать это необходимо по той причине, что не все участники дорожного движения достаточно информированы о таком проекте, а также не все знают, что нужно делать, если участник проекта нарушил правила дорожного движения.

«Если компания сознательно решает сделать вклад в уменьшение числа ДТП и улучшить дорожную ситуацию, то об этом нужно рассказать: попросить обычных водителей, пешеходов обращаться на горячую линию, если они увидят нарушения со стороны автомобилей со стикерами, — поясняет Татьяна Бибикина. — Нужно объяснить людям, почему это важно. Да, такие меры требуют определенных временных и финансовых ресурсов. Поэтому команда проекта «ДТП – нет!» берет эти функции на себя».

для участников», — говорит Татьяна Бибикина.

Особое внимание создатели проекта «ДТП – нет!» обращают на PR-поддержку проекта, которую нужно развивать и финансировать. Делать это необходимо по той причине, что не все участники дорожного движения достаточно информированы о таком проекте, а также не все знают, что нужно делать, если участник проекта нарушил правила дорожного движения.

«Если компания сознательно решает сделать вклад в уменьшение числа ДТП и улучшить дорожную ситуацию, то об этом нужно рассказать: попросить обычных водителей, пешеходов обращаться на горячую линию, если они увидят нарушения со стороны автомобилей со стикерами, — поясняет Татьяна Бибикина. — Нужно объяснить людям, почему это важно. Да, такие меры требуют определенных временных и финансовых ресурсов. Поэтому команда проекта «ДТП – нет!» берет эти функции на себя».

Основные участники

Предполагается, что основными участниками проекта «ДТП – нет!» должны стать представители крупного корпоративного бизнеса. Как правило, это компании, располагающие обширным автопарком – 100 ед. техники и более. Вместе с тем, принять участие в проекте могут и организации с гораздо меньшим автопарком.

Численность автопарка влияет на финансовые условия участия в данном проекте. Чем больше автопарк, тем ниже стоимость участия в проекте для одного транспортного средства.

Кроме того, на финансовые условия влияет территориальный фактор, а именно – количество и удаленность

регионов, где эксплуатируются автомобили.

Также важен тип транспортных средств — грузовые, легковые автомобили или автобусы. От типа автомобильной техники зависит размер и, соответственно, стоимость стикеров.

Стоимость мониторинга одного транспортного средства для крупных клиентов с автопарком свыше 100 ед. составляет от 300 до 500 руб. в месяц (без учета НДС).

Для организаций с меньшим автопарком участие в проекте обойдется дороже. В связи с этим такие компании могут не получить экономической выгоды от данного проекта. Для компаний с небольшим автопарком издержки на участие в проекте могут оказаться больше, чем экономия от снижения аварийности. Более значимыми для таких компаний становятся социальные мотивы участия в проекте.

Кроме корпоративных клиентов, у проекта «ДТП — нет!» есть и частные. Такие потребители подключают к мониторингу всего один или два автомобиля. В этом случае стоимость обслуживания для таких клиентов составляет 2-3 тыс. руб. в месяц за одно транспортное средство.

Руководитель проекта «ДТП — нет!» приводит несколько примеров таких клиентов.

Один из потребителей — отец молодого человека. Он купил сыну машину и теперь сильно волнуется, чтобы сын не попал в ДТП и не причинил себе вреда. Он хочет знать, как ездит его сын, поэтому обратился к данному проекту.

В другом случае к проекту «ДТП — НЕТ!» обратился бизнесмен, у которого есть три водителя на трех разных автомобилях. Данный руководитель сильно озабочен тем, чтобы его сотрудники никому не причинили вреда на дороге.

Учитывая то, что проект был запущен недавно, пока в нем участвует не так много организаций. Это компании SELA, Lamoda, Nestle, а также X5 Retail group.

Вместе с тем, существуют еще несколько партнеров, которые уже подтвердили свое участие в проекте

«ДТП — нет!». В основном это компании, занимающие сильные позиции на своих рынках. Кроме того, ведется работа по привлечению в проект компаний с государственным участием. В настоящее время с ними ведутся переговоры. Однако, по словам разработчиков проекта, «практика показывает, что этот процесс не такой быстрый».

Разный эффект

Реализация проекта «ДТП — нет!» связана с важными социальными функциями. В частности, это: сокращение числа ДТП, происходящих с участием корпоративного автотранспорта; снижение числа травм и гибели людей, вызванных ДТП; повышение культуры вождения и снижение уровня стресса участников дорожного движения.

Но, помимо социального, следует отметить и экономический эффект, который и привлекает компании к участию в проекте. Сюда следует отнести:

- сокращение расходов на автопарки для транспортных служб (чем меньше количество ДТП, тем более выгодные страховые коэффициенты для следующих периодов, кроме того, сокращаются расходы на ремонт, если отсутствуют полисы каско, также уменьшается время простоя транспорта из-за ДТП);

- снижение издержек простоя для бизнес-иницилирующих подразделений, отдела продаж (уменьшение числа сбоя в графиках доставок, сервисного обслуживания);

- социальный PR (организации, участвующие в проекте, позиционируют себя как социально ответственные компании);

- снижение рисков в области охраны труда (для HR-служб);

- снижение операционной нагрузки на флит-менеджеров и руководителей транспортных служб, которые участвуют в выяснении обстоятельств ДТП с сотрудниками и страховыми компаниями, занимаются операционной работой по урегулированию штрафов ГИБДД; количество штрафов также снижается наряду со снижением числа ДТП.

Об общем эффекте от реализации проекта «ДТП — нет!» говорить пока рано, уверены его создатели.

«Проект стартовал совсем недавно. Мы очень активно общались с нашими западными коллегами, изучали их опыт и статистику. Это вселило в нас большой оптимизм. В среднем в странах присутствия за счет такой системы удалось снизить количество ДТП, по итогам года, на 30-35%. Но есть и более выдающиеся примеры. Некоторые компании констатировали снижение количества ДТП на 50%, и это не единичные случаи, — говорит Татьяна Бибикина. — В России мы пока только можем судить о частоте обращений на горячую линию. Последние данные, полученные нами, свидетельствуют о положительных результатах реализации проекта. Люди не равнодушны, и отзывы о нарушениях очень содержательны. Многие оставляют свои мобильные телефоны для уточнения информации и обращений для перепроверки или выяснения дополнительных вопросов со стороны руководства водителей».

К проекту готовы?

Создатели проекта «ДТП — нет!» отмечают, что рынок давно ждал его появления. Некоторые компании даже пытались запустить аналогичную систему самостоятельно. Однако подобные инициативы не могли принести особой отдачи.

В частности, размещенные на автомобилях стикеры плохо читались или вообще были не видны в условиях интенсивного дорожного движения. Номер телефона, куда следовало позвонить, было трудно запомнить.

Но еще более печальным, по словам создателей проекта «ДТП — нет!», оказывалось то, что системы, которые пытались создавать различные компании до проекта «ДТП — нет!», реально не работали. Например, при попытке связаться с компанией по указанным на стикерах номерам телефонов, на звонок никто не отвечал. Аналогичная ситуация была и в случае письменных обращений в компанию — коммуникационный процесс оказывался односторонним.

«Когда мы стали общаться с бизнесом на предмет участия в проекте, то оказалось, что уже очень многие об этом задумывались, но немногие пробовали реализовать такой проект по разным причинам. Кто-то не хотел тратить время на организацию всего процесса, так как за кажущейся простотой скрывается очень много операционной работы — не так просто сделать из «стикера» рабочий инструмент. Кто-то не хотел запускать данный проект в одиночку, без партнеров, которых к тому же было непросто найти, — говорит Татьяна Бибикина. — Такими компаниями приводились самые разные мотивировки. Например, не было уверенности, что машины, участвующие в проекте, окажутся заметными и не потеряются в городском трафике.

Также не было уверенности в том, что люди смогут запомнить номер телефона и госномер машины, а также в том, что вообще от участников дорожного движения последуют какие-либо обращения.

Кроме того, у некоторых компаний не было ресурсов и мотивации привлечь партнеров к проекту. Поэтому, когда появилось наше готовое решение «под ключ», это изменило картину. Компании готовы платить за сам сервис и получить комплексную услугу».

Вместе с тем, не все корпоративные парки готовы сейчас принять участие в данном проекте, хотя многие компании в целом положительно оценили инициативу его создания.

Пока без особого энтузиазма воспринимают участие в проекте автобусные парки, а также парки такси.

«Больше всего удивил сегмент пассажирских перевозок. Когда мы запускали проект, то нам казалось, что такси, «маршрутки» и автобусы просто не могут не участвовать в таком проекте. Но практика общения с ними показала, что не все так просто и очевидно, — говорит Татьяна Бибикина. — Из этого сегмента у нас, к сожалению, нет ни одной компании. Это очень печально, так как проблем со стилем вождения и аварийностью больше всего именно в данном сегменте».

Что делать?

Для более эффективного продвижения проекта «ДТП — нет!» в России можно было бы использовать зарубежный опыт. Однако перенести его на российскую почву в ближайшее время будет сложно.

Дело в том, что за рубежом подобные системы тесно связаны с деятельностью страховых компаний. Снижение аварийности на дорогах страховщиками там всячески поощряется. Аккуратные водители получают скидки. Условия получения таких скидок четко прописаны. Применение подобных скидок у страховщиков заложено в тарифы.

«Если страховые компании, присутствующие на российском рынке, смогут внедрить аналогичный опыт в России, то владельцы автопарков будут более охотно участвовать в проектах, направленных на снижение аварийности на дорогах, в том числе в таких проектах, как «ДТП — нет!», — говорит Татьяна Бибикина. — Пока в проекте «ДТП — нет!» из страховых компаний участвует только один западный игрок. Также могу сказать, что иностранные компании в целом более позитивно настроены в отношении подобных проектов. Надеюсь, что в ближайшее время к нам присоединятся еще одна-две компании. Российские страховщики пока воспринимают участие в таком проекте без особого энтузиазма. Вместе с тем, они не отрицают сотрудничества в дальнейшем».

Стимулировать спрос на услуги, предоставляемые в рамках таких проектов, как «ДТП — нет!», должны на государственном уровне, полагают создатели данного проекта. Основным мотивом для этого является высокая социальная значимость подобных инициатив.

«В широком смысле вопрос продвижения таких проектов по сути не должен быть основным для их создателей. Мы предоставляем сервис тем, кому он необходим, а вопросы более масштабного стимулирования подобных программ должны быть адресованы государственным структурам. Общее снижение аварийности и травматизма — это именно те задачи, которые

должны быть приоритетными для соответствующих государственных ведомств, — поясняет Татьяна Бибикина. — Мы не можем, например, никаким образом стимулировать таксистов. Основная причина этого заключается в том, что у таксомоторных компаний практически отсутствуют рычаги воздействия на водителей. Такие компании лишь предоставляют водителям автомобиль в аренду, а водители платят им дневной тариф. Таксомоторным компаниям часто безразличен стиль вождения таксистов. Главное для таких компаний, чтобы водитель выполнял свою дневную норму. Хотелось бы надеяться на то, что в ближайшем будущем такое отношение к вопросам безопасности у таксомоторных компаний изменится».

О перспективах

Проект «ДТП — нет!» ожидает большое будущее, он может быть реализован в любом регионе России и охватить всю страну, уверены его создатели.

«Перспективы проекта «ДТП — нет!» огромные. В психологии есть такое понятие как «эффект Хоторна», названный так по наименованию места, где был проведен эксперимент. Этот эффект связан с тем, что при проведении любого эксперимента его участники, осведомленные заранее об участии, стремятся продемонстрировать наилучшие результаты, работают с большей отдачей, более добросовестно выполняют свои обязанности и т.д., — говорит Татьяна Бибикина. — Этот психологический закон очень хорошо работает применительно к участникам дорожного движения. Во многом происходит это за счет того, что в таких проектах, как «ДТП — нет!», практически полностью исключается анонимность правонарушений на дороге. Если каждый корпоративный водитель, садясь за руль, будет понимать, что даже его мелкие правонарушения не пройдут бесследно, то уровень культуры на дорогах будет совсем иной. В свою очередь, владельцы корпоративных парков будут экономить за счет этого значительные суммы».