



**Opis strategii wdrożenia osiągnięć naukowych opracowanych przez studenta/ów
w ramach projektu *Partnerski Związek Nauki i Postępu***

Nazwa działania/nazwa rozwiązania/strategii
Alkomat na stacjach benzynowych
Imię i nazwisko autora/autorów Anna Walas Violeta Włodarczyk
Uczelnia, Wydział, Specjalność Politechnika Poznańska Wydział Inżynierii Zarządzania Zarządzanie Przedsiębiorstwem
Przedsiębiorstwo lub branża, dla których dedykowane jest rozwiązanie/strategia
Sieć stacji benzynowych
Opis rozwiązania/strategii: <i>1. problem, na który odpowiada rozwiązanie/strategia</i> W ramach naszej strategii pragniemy rozwiązać problem kierowców w Polsce, dotyczący trudności w zdobywaniu informacji o poziomie alkoholu we krwi. Należy niestety stwierdzić, że dostęp do tej informacji w Polsce jest bardzo ograniczony. Teoretycznie na każdym posterunku policji kierowcy mogą zbadać poziom alkoholu we krwi, niestety w praktyce sytuacja ta wygląda inaczej. Ze względu na ograniczenia w wyposażeniu posterunków w alkomaty kierowcy często są zmuszeni poświęcić cenny czas na poszukiwanie posterunku policji, w którym będzie możliwe badanie alkoholu we krwi, a także na obsługę przez policjanta. Należy stwierdzić, że przeprowadzanie badań na komisariatach policji, nie jest komfortowe. Ponadto dla wielu kierowców wiąże się również z pewnym stresem, dyskomfortem psychicznym. Z problemem dostępności do informacji o poziomie alkoholu we krwi wiąże się również aspekt ekonomiczny oraz kwestia wiarygodności badania. Teoretycznie potencjalny kierowca mógłby dokonać zakupu własnego alkomatu, tym bardziej, że na rynku pojawia się coraz więcej alkomatów w przystępnych cenach. Należy jednak zauważyć, że są to alkomaty elektroniczne, półprzewodnikowe, do których wyników nie możemy mieć pełnego zaufania. Na alkomat wiarygodny, o wysokiej dokładności wskazań należy wydać kilkaset a nawet kilka tysięcy złotych. Ponadto jego utrzymanie, badania i legalizacje to kolejne wydatki związane z jego posiadaniem. Dlatego też na takie rozwiązanie nie stać przeciętnego kierowcy. <i>2. podstawowy cel realizacji</i> Celem realizacji danej strategii jest rozwiązanie problemu dostępności do wiarygodnych informacji o poziomie alkoholu we krwi. Dzięki upowszechnieniu na stacjach benzynowych dodatkowej usługi, którą byłaby możliwość zbadania poziomu alkoholu we krwi za pomocą płatnego alkomatu, każdy kto chciałby uzyskać taką informację nie miałby problemu w dotarciu do niej. Odpowiednio dobrana opłata za przeprowadzenie badania to droga do rozwiązania problemu ekonomicznego kierowców. Ponad to zapewnienie okresowych legalizacji alkomatów miałyby na celu zagwarantowanie pełnego zaufania kierowców do uzyskiwanych wyników. Dodatkowo dzięki wprowadzeniu danej strategii zrealizowany zostanie również cel społeczny-walka z nietrzeźwymi kierowcami. Stacje benzynowe w ramach działań marketingowych mogłyby poruszać kwestie odpowiedzialności społecznej, wspierania bardzo ważnego celu, walki z ważnym problemem.

Elementy innowacyjne rozwiązania/strategii (jeśli istnieją)

Elementem innowacyjnym strategii jest wprowadzenie na stacjach benzynowych w Polsce, do tej pory nie dostępnej usługi badania poziomu alkoholu we krwi. Innowacyjny będzie również sam wygląd urządzeń pomiarowych. Alkomaty wyglądem przypominając będą automaty wiszące na ścianie uruchamiane przez wrzucenie monety. Będzie to stanowić nowość, bowiem obecnie na stacjach benzynowych w sprzedaży dostępne są jedynie elektroniczne alkotesty, których mierniki nie są tak dokładne.

Spodziewane korzyści dla przedsiębiorstwa wdrażającego rozwiązanie/strategię

Przez świadczenie dodatkowej usługi badania poziomu alkoholu we krwi stacje benzynowe osiągną trzy podstawowe korzyści. Po pierwsze dodatkowa płatna usługa to zarazem dodatkowy dochód dla stacji benzynowej. Po drugie wprowadzenie nowej usługi stwarza możliwość przyciągnięcia nowych klientów. Usługa taka może stać się impulsem wpływającym na wybranie z spośród innych stacji właśnie tej, w której jest możliwość realizacji potrzeby, którą w tym momencie byłaby chęć przeprowadzenia badania poziomu alkoholu we krwi. Kolejną korzyścią dla stacji jest możliwość wzmocnienia własnego wizerunku poprzez wspieranie walki z ważnym problemem społecznym jakim jest prowadzenie pojazdów pod wpływem alkoholu. Działania takie pozwoliłyby na utrwalenie wizerunku miejsca bezpiecznego oraz zaufanego. Kampania reklamowa oparta na takich wartościach jak bezpieczeństwo oraz spokój kierowcy podkreślałaby pomoc jaką stacja benzynowa kieruje dla swoich klientów, aby rozwiązać ich problemy, zapewnić im możliwości uzyskania w łatwy sposób wiarygodnych informacji. Dzięki udostępnieniu badania część kierowców, która nie odważyłaby się na podróż ze względu na wiążącą się z tym niepewność bez obaw mogłaby wsiąść za kierownicę. Dlatego też działania takie nie miałyby negatywnego wpływu na dochody osiąmane ze sprzedaży paliw.

Wyrażamy zgodę na przetwarzanie danych osobowych zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych z późn. zmianami przez Samorząd Województwa Wielkopolskiego i Politechnikę Poznańską.