

驾校的信息化发展水平分析*

王祎祎 王梦倩 雷馨媛 陆海鑫 肖珺婕
(天津商业大学 天津 300134)

摘要: 在全民学车的互联网时代,驾校信息化的发展成为时代发展的必然结果。如何提高驾校的信息化水平,减少繁琐度,是发展的必然要求。通过分析驾校行业现状以及分地区的驾校信息化水平,找到其中存在问题,并对此提出提升策略,从而提高驾校信息化水平提供相关依据。

关键词: 驾校; 信息化水平; 问题; 策略

中图分类号: F274

文献标识码: A

文章编号: 6796

Analysis on the Information Development Level of Driving School

WANG Yiyi WANG Mengqian LEI Xinyuan LU Haixin XIAO Junjie
(Tianjin University of Commerce Tianjin 300134)

Abstract: In the Internet era of nationwide learning vehicle, the development of driving school informatization has become an inevitable result of the development of the times. How to improve the information level of driving schools and reduce triviality is an inevitable requirement. Through analyzing the current situation of driving school industry and the level of driving school informatization in different regions, we find out the existing problems, and put forward the promotion strategy, so as to provide relevant basis for improving the level of driving school informatization.

Keywords: Driving school; Information level; Problems; Strategy

一、引言

近年来我国私人汽车拥有量逐年呈快速增长趋势,据统计,2017年民用汽车拥有量达20906.67万辆,比往年增加了约2300万辆,增加迅速。随着汽车拥有量的增长,我国驾驶员的数量也在逐年增长,2017年比2016年增长了约150万人。

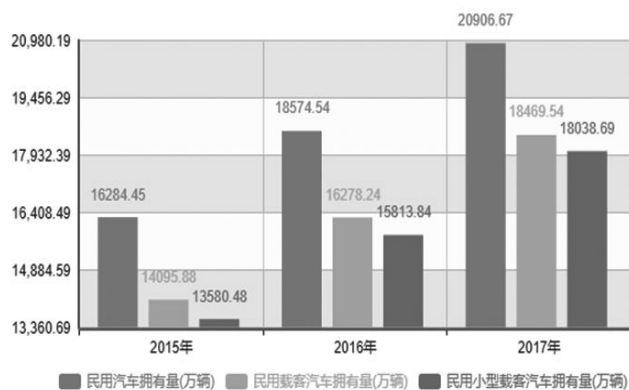


图1 2015-2017年私人汽车拥有量
(数据来源中国统计年鉴2018)

可见,国民经济的快速增长,带动了国民的消费水平,随着消费水平的增加,汽车数量的增长,越来越多的人开始学习驾驶技能,带动了驾校行业的发展。

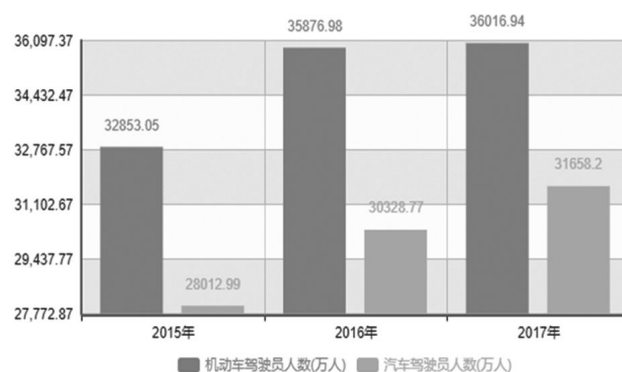


图2 2015-2017年机动车/汽车驾驶员数量
(数据来源中国统计年鉴2018)

同时,在当今互联网发达的时代,少数成熟发达地区驾校已采取互联网教学模式,走上了驾校信息化模式。随着科技进步,将信息化技术植入驾校,从而形成传统驾校向“互联网+”驾校的变革。然而,互联网走进驾校模式覆盖率低,利用率低,原因在于互联网驾校技术拓展范围小,在经济相对落后的地区,信息化水平低下,覆盖较慢。本文对地区驾校现状以及信息化水平进行了研究,为提高驾校水平提供依据。

* 基金项目:本文系天津市大学生创新创业训练计划项目“基于微信平台的高校驾考模式的研究与实现”(项目编号:201810069059)研究成果之一。

二、驾校行业发展状况及问题分析

1. 驾校培训方式

在现在互联网时代,随着学车人数的增多,驾校数量也随之增多,驾校依然处于传统驾校模式,驾校的质量并没有随之提升。教学模式依旧为科目一和科目四自行刷题,科目二和科目三线下进行教练对学员“一对多”的教学模式,没有灵活性,以致于许多学员拿到驾照后,开车上路依旧不能自如。另外驾校只想尽快让学员拿到驾照,却没有进行安全教育培训等等,并没有养成学员自觉遵守交通规则的良好习惯,导致交通事故层出不穷。

2. 驾校办学设施简陋

驾校数量越来越多,但有许多打着价格牌的小驾校的设施并不能够达到标准化。在非标准化的场地进行训练,将会对学员的训练进度以及所的技能的确度产生影响,降低考试通过率;另外,在非标准化场地的驾校进行驾考学习,在考试前期,许多驾校会带着学员到考试驾校场地进行练习,收费也是极高。

3. 教练员专业素质不够

在驾校这个行业,对教练的要求很低,没有硬性门槛要求,导致了现在诸多教练大多为中老年人。他们的文化程度以及信息水平相对较低,在教学过程中不够专业与严谨,不能对学员起到良好的教导作用;同时,在教学过程中,不能对学员进行很好的教学讲解,而是一味追求考试通过率,“看点”学车。学员未得到专业化的培训,也导致了驾驶员往往基本功不扎实的现象,交通事故发生的可能性增大。

4. 招生渠道单一

现在的驾校主要分为两类,社会驾校与校园周边驾校。社会驾校主要通过发放传单、亲朋好友互相介绍等进行招生;而校园周边驾校主要招生为大学生,通过招分级校园代理、发放传单等方式进行宣传。

三、驾校行业信息化水平分析

近几年我国驾培行业迎来了新常态:一方面,经济下行致使行业成为价值洼地,驾培市场产能过剩,进入买方市场。另一方面,学员数量开始下降,人口红利逐渐消失,市场步入成熟期,黄金时代即将过去。互联网企业与传统驾培机构联手利用互联网技术平台,实现在线报名、预约练车、预约考试一站式学车服务的新型驾培服务模式。互联网驾校目前战略布局主要是开发全国一、二线等发达城市。

互联网驾校是车轮公司在上海正式成立的一家互联网

驾校,成立于2016年8月。为学员提供在线报名、模拟考试、自主约车等一站式服务,并建立、输出标准化管理系统,驾校可对教练、学员和收入进行管理,打造更多元化的平台。苏州高新区的鹏达驾校,除了网络推广,在一些宝典之类的app入驻外,还尝试搭建微信公众号。他们还推出了一个服务:5公里教练,把5公里范围内的教练驾校资源整合,给予学员最方便的服务,可以就近练车。这是一种开始新尝试新探索的体现。在深圳也有类似的互联网驾校。深圳方向盘网络科技有限公司打造的互联网学车平台“斑马学车”于2016年3月诞生。斑马学车是一家专业的互联网自主预约学车平台,平台整合教练团队,为学员提供学车报名、找教练等驾考服务。“斑马学车”APP已于2016年9月在安卓与苹果商城同步上线。北京的互联网驾校APP“老斯基”则以直营的方式,自主招聘培训专业教练,搭建专业、标准化的练车场所,将主动权掌握在互联网公司的手里,大大提高了对学车体验的控制力,真正地将“互联网+”与驾培相互结合起来,成为许多北京市民的驾考首选。

随着现代科技的发展,网络通讯飞速发展的当今世界,行业信息化已是发展的趋势所在,本文基于2019年全国城市等级划分结果,筛选出了北京、上海、南宁、太原、兰州、西宁六座城市,分别作为一、二、三、线城市城市的代表,通过统计对比各城市现有机动车驾驶员培训机构总量与现已利用互联网系统宣传的机动车驾驶员培训机构数量进行对比,进行机动车驾驶员培训行业信息化水平分析。

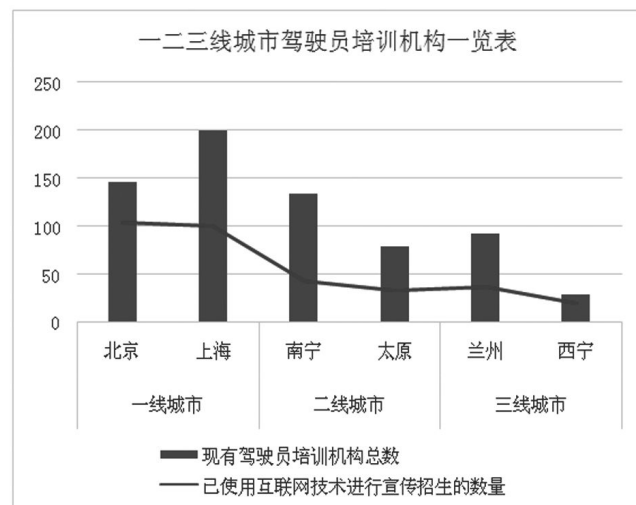


图3 一、二、三、线城市驾驶员培训机构数量

通过图表不难看出,在一线发达城市,利用互联网进行宣传招生的驾驶员培训机构数量远大于二、三线较不发达城市。

互联网的普及使“互联网+”驾校的模式成为新生模

式。基于社会大趋势推出的“互联网+”驾培机构平台,整合各个驾校的资源,资深合格教练入驻平台,学员自主网上预约,驾校提供空余场地。该模式最大化地利用驾校场地,提高了学员学车效率。“互联网+”驾校平台,将给整个驾校行业带来翻天覆地的改革。在近几年力倡的“互联网+”模式下一大批传统驾校正在积极转型,主动拥抱互联网,让整个驾校行业焕发新的光彩。

互联网及科技对驾校行业来说是锦上添花,它可以推动驾校行业更快地发展。但它替代不了传统驾校,驾培教学服务才是驾校行业的本质所在,是长久发展的保证。

四、驾校行业提升策略

1. 改革传统驾考模式

将驾校原本的传统宣传、招生、培训、收费等工作模式转变为信息一体化的互联网模式,实行网络平台宣传,学院自主报名与收费透明公开。在此模式下,学员相比较以往,对驾校的选择性更多,驾校宣传费用更低,在多家驾校的竞争下,各驾校必须提升自己的服务品质,提高学员体验。在学员的驾考培训过程中,不允许驾校存在乱收费行为。在多家驾校信息透明公开的情况下,各驾校的收费差异将会逐步缩小,驾校将不再暴利。实行此举,将会在提升学员考证效率的同时也减小了驾校培训工作的难度。

2. 健全驾校的审核管理制度

首先,针对驾校内部设置严格的考核制度。驾校内部制定强有力的管理制度,培训人员通过一次次考核,在考核中得到激励,同时减少不良事件发生的概率。健全的管理制度可以打造出一支优秀的培训队伍,而这支队伍则影响着整个驾校行业;

其次,要提升教练队伍的综合素质。教练员的综合素质影响着教学过程,教练的综合素质低下,学员无法得到专业化的培训。因此,要加强教练队伍的建设,例如进行语言表达能力培训等。教练队伍的综合素质有所提升,会有力地促进学员的培训工作的;

最后,应当完善驾校的办学设施。驾校只有拥有了相应的条件之后,才能让学生相信该驾校有能力教会他们掌握知识和技能。在标准化的场地进行有效的训练,避免出现考试前期驾校才带着学员到考试驾校场地进行练习。此外,驾校的办学设施条件良好还会增加驾校的竞争力,能更好地发挥其优势。

3. 扩展驾校宣传模式

驾校在宣传时,要本着“全心全意为学员服务,突出自身优点”的原则,面对市场要主动出击。首先,要以品牌信

誉为基础,打造良好的品牌形象,以良好的服务质量、教学质量赢得广大学员的肯定与支持。其次,多渠道、多方面扩大企业知名度。对于线上宣传方式,充分借助自己的平台,与其他媒体合作,发放广告,重点突出“互联网+”驾校的优点,努力吸引学员,给予学员法律保障,对驾校的基本情况予以说明,使得学员对驾校有着更深入的了解。除了在线宣传,还需要传统宣传方式加以辅助,例如,海报宣传、横幅宣传、单宣传、设立专门报名学车点,更可以有免费试驾活动。还可以针对不同的群体进行具体宣传。例如,对大学生群体进行宣传,可以有校园代理,为学生组织提供赞助等;对于在企业里面做营销活动,还要对企业进行分类,比如在外资企业、合资企业里面做活动与在国企、私企里面做活动接洽的部门也不一样,配合的程度和宣传效果也有一些区别。最后,在宣传驾校时,要突出“互联网+”驾校的优点,赢得学员的青睐。

五、结论

随着现代科技的发展,网络发达,行业信息化已是发展的趋势所在。本文旨在通过对驾校行业的发展背景、状况以及所存在的问题进行数据调查分析,以及对驾校信息化水平进行分析,从而找到驾校的问题,对此提出相应的策略。在未来的现代化发展背景下,传统驾校向“互联网+”驾校的转型将是不可避免的趋势。

参考文献

- [1]谢楚汉,谢华林,李婕欣,李应,赖明聪,李长存.“互联网+”模拟驾驶培训在驾驶培训中的应用研究[J].现代信息科技,2018,2(07):181-182.
- [2]范坤.互联网时代机动车驾驶理论培训现状及其对策探讨[J].人类工效学,2018,24(03):73-76.
- [3]巨俊霞.机动车驾驶员培训过程中存在的问题及对策探讨[J].中国科技纵横,2015(23):239.
- [4]李光凯,邹运,肖祥凤等.“共享经济”下驾培机构发展模式的创新研究[J].科技经济市场,2018(1):100-102.

作者简介

- 王祎祎,1999,女,汉族,河南,电子商务专业,在校学生。
- 王梦倩,1975,女,汉族,山东,学士,讲师,研究方向:电子商务,计算机应用技术。
- 雷馨媛,1998,女,壮族,广西,电子商务专业,在校学生。
- 陆海鑫,1998,男,汉族,山西,电子商务专业,在校学生。
- 肖珺婕,1998,女,汉族,湖北,信息管理与信息系统专业,在校学生。