Министерство транспорта Российской Федерации

Санкт-Петербургский государственный университет гражданской авиации

Кафедра № 2

Контрольная работа

по дисциплине: Организация сервиса на воздушном транспорте

Тема: Качество транспортного обслуживания

Выполнил: Сацик М.В.

Студент ЗФ ОАП 980211

Проверил:

Доцент кафедры

Санкт-Петербург

2010г.

Оглавление

1. Определение и особенности транспортного сервиса 3

2. Виды сервисного обслуживания 7

3. Концепция качества обслуживания на воздушном транспорте 12

4. Критерии качества обслуживания воздушных перевозок 16

1. Определение и особенности транспортного сервиса

Сервис (обслуживание) — деятельность по предоставлению услуг, сопровождающая или обеспечивающая выполнение определенного процесса.

Важность и актуальность услуг подтверждается удельным весом этой сферы деятельности в валовом внутреннем продукте развитых стран, где он составляет 70...80%. В России доля услуг в валовом внутреннем продукте составляет в настоящее время немногим более 50 %, а ежегодный прирост ее за период с 2002 по 2004 г. составлял около 7 %.

В обобщенном понимании услуга представляет собой некое действие, которое приносит пользу потребителю. По определению американского специалиста по маркетингу Ф. Котлера, услуга — это любое мероприятие, которое одна сторона может предложить другой. Особенность услуг, по сравнению с производством продукции, заключается в том, что услуга удовлетворяет потребности (общественные, производственные, личные) деятельностью, а не вещной, предметной формой. По определению услуги, данному К. Марксом, «это выражение означает вообще не что иное, как ту особенную потребительную стоимость, которую доставляет этот труд, подобно всякому другому товару; но особая потребительная стоимость этого труда получила здесь специфическое название «услуга» потому, что труд оказывает услуги не в качестве вещи, а в качестве деятельности».

В международном стандарте ИСО 8402 — 86 «Качество. Словарь, содержащий общие термины и определения в области качества» услуга определяется как деятельность, связанная с обменом стоимостей, направленная на удовлетворение потребностей, выраженных в форме спроса, которая не сводится к передаче права собственности на некоторый материальный продукт.

Анализ природы услуг позволяет выделить их основные особенности, наиболее значимы из которых следующие:

• услуга представляет собой сочетание процесса ее оказания и результата;

• в зависимости от объекта услуги делятся на материальные и нематериальные;

• объект предоставления услуги (потребитель) зачастую является участником процесса ее оказания;

• процесс предоставления и потребления услуги, как правило, бывает одновременным;

• в сфере сервиса высока доля ручного труда, качество которого зависит от квалификации персонала;

• исполнитель услуги не является собственником ее результата;

• услуги, как правило, не сохраняемы, их нельзя накапливать.

Важнейшим признаком услуги является то, что в ней неразрывно слиты два процесса — производство и потребление. При предоставлении услуги эти два процесса неотделимы друг от друга, в отличие от удовлетворения потребности вещной, предметной формой продукта.

Рис. 1. Классификация услуг, предоставляемых потребителям транспорта

Услуги подразделяются на материальные и нематериальные, или услуги производственных и непроизводственных отраслей. Главный признак материальной услуги в том, что люди воздействуют на материальные продукты природы, преобразуя их для человеческих потребностей. Нематериальные услуги являются результатом воздействия на самого человека (образование, здравоохранение, различные виды искусства).

Таким образом, транспортные услуги, как при перевозке грузов, так и при перевозке пассажиров, относятся к материальным услугам.

Транспортное обслуживание (сервис) определяется как деятельность транспортно-экспедиционных предприятий, связанная с процессом перемещения грузов в пространстве и во времени с предоставлением перевозочных, погрузочно-разгрузочных услуг и услуг хранения. Экспедиционное обслуживание является составной частью движения товара от производителя к потребителю и включает в себя выполнение дополнительных работ и операций, без которых невозможен перевозочный процесс.

К услугам транспорта в самом общем виде можно отнести:

• перевозку грузов и пассажиров;

• погрузочно-разгрузочные работы (погрузка, выгрузка, перегрузка, пересадка пассажиров, внутрискладские операции);

• хранение грузов на складах перевозчика;

• подготовку воздушного судна к выполнению рейса;

• предоставление воздушного судна на условиях аренды (лизинга);

• прочие услуги.

Анализ отечественного и зарубежного опыта позволяет предложить следующую классификацию услуг транспорта:

• по признаку взаимосвязи с основной деятельностью предприятий транспорта услуги подразделяются на перевозочные (т.е. включающие в том или ином виде элемент перевозки) и не связанные с перевозкой;

• по характеру деятельности, связанной с предоставлением определенной услуги, — на технологические, коммерческие, информационные и т.д.;

• по размерам стоимости услуги разделяются на услуги высокой, средней и низкой стоимости. Услуги с небольшим уровнем оплаты могла иметь большую составляющую основных средств или активов. Примером такой услуги может служить аренда воздушного судна, услуга по воздушной перевозке. Услуги с высокой составляющей труда — услуги, оказываемые людьми, требующие высокого уровня профессионализма, например консалтинг, услуги транспортного экспедирования и т.п.

Транспортный сервис, таким образом, представляет собой часть системы обращения и распределения товаров, которая включает в себя, помимо перевозки груза, выполнение складских, погрузочно-разгрузочных и коммерческих операций.

Термин «транспортный сервис» начал использоваться в начале 1990-х гг., когда в условиях конкуренции между различными видами транспорта возникла потребность в маркетинговой привлекательности каждого из них.

К общим характеристикам транспортных услуг можно отнести следующие: транспортная услуга, как и любая другая, не может существовать вне процесса ее производства, а следовательно, накапливаться; предоставление услуги — это практически предоставление самого процесса труда, следовательно, качество услуги — это качество самого процесса труда.

Качество транспортных услуг определяется скоростью, временем и надежностью доставки точно в срок, степенью безопасности, сохранности грузов и пассажиров, тарифной стоимостью, наличием большого количества сопутствующих услуг и т.д.

К особенностям предоставления услуг при перевозке пассажиров можно отнести то, что транспорт не располагает большими возможностями для сглаживания неравномерности и пиков спроса, создание дополнительных мощностей для беспрепятственного удовлетворения всех колебаний спроса стоит весьма дорого.

Становление рыночной экономики в нашей стране дало возможность дальнейшего развития транспортного сервиса посредством решения необходимых задач в комплексе: это не только сама перевозка, а сложная взаимосвязанная цепь всевозможных услуг. Примерами таких услуг на воздушном транспорте (ВТ) можно назвать:

агентское и экспедиторское обслуживание клиентуры;

предоставление пакета всевозможных наземных услуг (гостиница, туризм, аренда автомобилей и т.д.)

беспошлинная торговля (на борту и в залах аэропортов);

техническое и коммерческое обслуживание самолетов;

сдача авиатехники в аренду;

организация и продажа бортпитания;

Но все-таки главенствующей из вышеперечисленных на сегодняшний день является воздушная перевозка пассажиров и грузов.

2. Виды сервисного обслуживания

Сервис принято подразделять на следующие разновидности:

• сервис удовлетворения потребительского спроса;

• производственный сервис;

• послепродажное обслуживание;

• информационное обслуживание;

• финансово-кредитный сервис.

Все приведенные разновидности сервисных услуг, предоставляемых покупателю, можно разделить на услуги, оказываемые на трех этапах:

• предпродажные услуги — работы и операции по формированию спроса на логистическое обслуживание. К ним относятся консультирование, подготовка перевозочных средств; установка дополнительного оборудования, демонстрация техники, обеспечение необходимой документацией. Они, как правило, являются бесплатными;

• услуги, сопутствующие процессу продажи (реализации) продукции, обеспечивающие эффективное продвижение материальных потоков и доставку продукции к месту назначения в строгом соответствии с заказами потребителей (подбор и комплектация партий поставок, упаковка, маркировка, формирование грузовых единиц, работа по обеспечению надежности поставок и т.д.);

• услуги послепродажного характера, к которым относятся услуги по гарантийному обслуживанию, обеспечению запасными частями, обязательства по рассмотрению претензий покупателей, обеспечение возвратных потоков, осуществление обмена продукции и ряд других. Послепродажный сервис обычно делится на гарантийный и послегарантийный. Стоимость послепродажного послегарантийного сервиса и его объем определяются условиями контракта на данный вид сервиса. Иногда этот вид сервиса называют техническим обслуживанием (осмотры, ремонты, проверки и др.).

Сервис удовлетворения потребительского спроса является комплексной характеристикой уровня обслуживания потребителей и включает в себя услуги, оказываемые на всех трех этапах. Он характеризуется следующими показателями: время, частота, безотказность, своевременность и качество поставок, объем, готовность фирмы быстро реагировать на неожиданно поступившие заказы, способ заказа, готовность проведения погрузочно-разгрузочных работ.

Производственный сервис, или сервис производственного назначения, представляет собой совокупность предлагаемых видов сервисного обслуживания выпускаемой продукции, т.е. набор услуг, предоставляемых потребителю с момента заключения договора на покупку до момента поставки продукции. Это прежде всего разноплановая работа по доработке и модификации продукции в соответствии со специфическими требованиями потребителей (специальная окраска и упаковка, выпуск продукции в экспортном исполнении, специфическая комплектация и др.).

Продукция в ряде случаев нуждается в шефмонтаже и наладке в условиях встраивания в производственный цикл непосредственно у потребителя (например, автоматические поточные линии в машиностроении, наладка сложной бытовой техники). Существенным компонентом производственного сервиса является обучение поставщиком эксплуатационного персонала потребителя. Практика показывает, что именно отсутствие такого подготовленного персонала является тормозом для внедрения новой продукции.

Сервис послепродажного обслуживания включает в себя совокупность всех предоставляемых услуг, необходимых для обеспечения эффективного функционирования продукции в существующих экономических условиях в течение всего предусмотренного жизненного цикла продукции. Он осуществляется как до, так и после продажи продукции и состоит из следующих основных мероприятий:

•определение требований к послепродажному обслуживанию;

•организация обеспечения запасными частями и инструментами, необходимыми для осуществления послепродажного обслуживания;

•подготовка и выпуск необходимой технической документации, обучение пользователей товаров;

•подготовка персонала потребителя к проведению ремонтных работ;

•управление процессом логистического обслуживания в ходе его осуществления или посредством контроля за качеством обслуживания, проводимого субподрядчиками, дистрибьюторами или самими клиентами;

•подготовка необходимой инфраструктуры и помещений для обеспечения послепродажного обслуживания;

•разработка системы замены продукции ее современными модификациями;

•управление транспортными средствами, погрузочно-разгрузочными работами, временным складированием и упаковкой в ходе перемещения запасных частей, а также передвижениями обслуживающего персонала.

Таким образом, послепродажное обслуживание должно выполняться не по мере возможности и от случая к случаю, а носить систематический и организованный характер.

Сервис информационного обслуживания — это совокупность информации о продукции фирмы и предоставляемом фирмой сервисе, методов и принципов, а также технических средств, используемых для обработки и передачи информации.

До последнего времени информационные услуги сводились главным образом к снабжению покупателя необходимой сопроводительной документацией. В настоящее время понятие «сопроводительная документация» претерпевает изменения, появляются и расширяются новые виды информационных услуг. Прежде всего это относится к рекламе, профессиональный и технический уровень которой становится более высоким. Структура рекламы претерпевает существенные изменения. С одной стороны, она становится адресной, ориентированной на конкретный тип потребителя, а с другой — приобретает универсальные черты, позволяющие расширить круг привлекаемой клиентуры. В рекламе находят свое отражение не только эксплуатационные характеристики предлагаемых товаров и их цены, но и условия покупки в широком смысле: сведения о предлагаемых модификациях, условиях оплаты, системе предоставляемых скидок и льгот, системе транспортировки, погрузки и разгрузки, системе гарантий, порядке предъявления претензий, об организации снабжения запчастями, о порядке и стоимости модификации приобретенной продукции и утилизации старой и др. Важнейшим видом рекламной деятельности является создание и доведение до потенциальных покупателей различного рода ценников, каталогов и прейскурантов, необходимых для ориентации потенциальных покупателей и расширения их круга.

Для современного информационного сервиса характерно использование новейшей коммуникационной и информационной техники: реклама по факсам и телеканалам, включая передачу телетекста и телемагазин. Эффективным средством установления связей между производителями и потенциальными потребителями являются различного рода локальные информационные сети. Наибольшие возможности в этом отношении предоставляет глобальная сеть Интернет.

Финансово-кредитный сервис заключается в предоставлении покупателю разнообразных вариантов оплаты продукции: по факту получения товаров, в рассрочку, с различными скидками и льготами, предоставляемыми покупателям, а также с использованием различных форм кредитования. Оплата может производиться либо наличными, либо по безналичному расчету. Безналичный расчет может осуществляться в форме аккредитива, в виде платежных поручений, с оплатой чеками, в порядке выполнения плановых платежей, а также с использованием векселей, т.е. письменных долговых обязательств.

Финансовый сервис при сбыте продукции включает в себя также предоставление различного рода скидок и льгот. Наиболее распространены скидки по количеству приобретаемого товара, к тому же оптовые цены всегда ниже розничных. Скидки могут носить сезонный или территориальный характер, а также представлять собой различного рода уценки, например в связи со временем хранения данной продукции до ее реализации, хотя и без потери качества. Льготы могут распространяться на различных юридических и физических лиц — потенциальных покупателей.

Кредиты могут предоставляться покупателям в товарной, денежной или смешанной форме. Они могут быть банковскими, коммерческими, государственными, международными, потребительскими и др.

Ассортимент услуг, предоставляемых в рамках логистического сервиса, довольно разнообразен и оказывает влияние на конкурентоспособность фирмы и величину издержек. Характерной особенностью является то, что услуги носят системный характер. В связи с этим фирме необходимо точно определить стратегию в области логистического обслуживания потребителей.

Действия по формированию системы логистических услуг выполняются в следующей последовательности:

1) сегментация потребительского рынка, т.е. разделение его на конкретные группы потребителей, для каждой из которых могут потребоваться определенные услуги в соответствии с особенностями потребления;

2) определение перечня наиболее значимых для покупателей услуг;

3) ранжирование услуг, входящих в составленный перечень, сосредоточение внимания на наиболее значимых для покупателей услугах;

4) определение стандартов услуг для различных сегментов рынка;

5) оценка оказываемых услуг, установление взаимосвязи между уровнем сервиса и стоимостью оказываемых услуг, определение уровня сервиса, необходимого для обеспечения конкурентоспособности компании;

6) установление обратной связи с покупателями для обеспечения соответствия услуг потребностям покупателей.

Сегментация потребительского рынка может осуществляться по географическому фактору, по характеру оказываемых услуг или по другому признаку. Выбор значимых для покупателей услуг, их ранжирование, определение стандартов осуществляются в результате проведения различных опросов потребителей. Кроме того, необходимо выработать также и количественные оценки уровня каждой разновидности сервиса, достигаемого в той или иной компании.

3. Концепция качества обслуживания на воздушном транспорте

Современный высокоорганизованный сервис является необходимым условием, повышения качества работы транспортной системы России в период становления новой экономики.

Результатами многочисленных экономических анализов подтверждается, что определяющим фактором конкурентоспособности является качество (по данным Европейской организации по качеству, это 47,6 % от общего числа требований, предъявляемых потребителем к продукции и услугам).

Понятие «качество» в широком смысле представляет собой философскую категорию, выражающую существенную определенность объекта, благодаря которой он является именно этим, а не иным. В этом смысле качество одного объекта (услуги) нельзя сравнивать с качеством другого, говорить, какой объект лучше или хуже. Эта сторона качества чрезвычайно важна для характеристики услуг и практической деятельности по их оценке.

На сегодняшний момент нет эффективных количественных методов оценки качества услуг. По ГОСТ Р 50691—94 «Модель обеспечения качества услуг», качество услуги—совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

Анализу понятия «качество» посвящены труды многих специалистов. Несмотря на преимущественное совпадение взглядов, их мнения можно разделить на две группы.

Представители первой группы считают, что качественным следует считать производство такой продукции и услуг, характеристики которых удовлетворяют конкретным требованиям, имеющим численное значение. Основные положения этой позиции следующие:

• необходимо, чтобы качество было определено (установлено), в противном случае невозможно им управлять;

• если требования установлены в виде численных значений, можно измерить характеристики услуги, чтобы определить их соответствие требованиям.

Представители второй точки зрения считают, что качество определяется степенью удовлетворения ожидания потребителя в отношении предоставленной услуги, а не какими-либо измеряемыми характеристиками.

Представителем первой точки зрения на качество как «соответствие требованиям» является, например, Ф. Кросби .

Ко второй группе специалистов, связывающих качество с удовлетворением потребностей и ожиданий потребителей, можно отнести А. Фейгенбаума, Э.Дэминга, В. Шухарт. Например, В.Шухарт в пишет: «Существует два аспекта качества. Один связан с представлением о качестве вещей как объективной реальности, которая не зависит от существования человека. Другой аспект — с тем, что мы думаем, чувствуем и ощущаем в отношении этой объективной реальности. Другими словами, субъективная сторона качества существует».

Качество, таким образом, неразрывно связывается с потребностями. Например, в современных международных стандартах (МС) серии ИСО 9000 — 2000 качество определяется как степень, с которой совокупность собственных характеристик выполняет требования. Характерно, что в этом определении отсутствует слово, обозначающее носителя качества, — «объект». Здесь качество и требования связаны непосредственно. При этом стандарт, говоря о качестве, подразумевает не просто саму услугу, но и процесс ее предоставления, а понятие «требования» включает и предполагаемые потребности. Состав и структура показателей качества грузовых перевозок для всех видов транспорта устанавливаются ГОСТ Р 51005 — 96 «Услуги транспортные. Грузовые перевозки. Номенклатура показателей качества», а по пассажирским перевозкам — ГОСТ Р 51004 — 96 «Пассажирские перевозки. Номенклатура показателей качества», ГОСТ Р 50691 —94 «Модель обеспечения качества услуг».

В условиях рыночной экономики качество услуги, как и любого другого товара, является определяющим фактором её конкурентоспособности, в том числе и на воздушном транспорте. Мировая практика свидетельствует, что обеспечить высокое качество авиатранспортной продукции по критериям обеспечения безопасности и регулярности полётов, культуры обслуживания пассажиров и грузовой клиентуры, а также охраны окружающей среды в условиях рыночной экономики, невозможно без осуществления контроля за деятельностью авиапредприятий со стороны государства.

Появление Воздушного кодекса РФ, законов РФ "О защите прав потребителей", "О техническом регулировании" создаёт необходимые правовые предпосылки для разработки на базе стандартизации, сертификации и лицензирования элементов системы авиатранспортного производства, новой концепции управления качеством продукции, процессов и услуг на воздушном транспорте. Роль права как регулятора отношений по обеспечению заданного качества авиатранспортной продукции, процессов и услуг состоит в том, что оно устанавливает требования к качеству авиатранспортной деятельности, определяет и закрепляет статус системы государственного управления качеством на воздушном транспорте, способы и методы её воздействия на объект управления.

Успешная деятельность авиационного предприятия в условиях рыночной экономики может осуществляться только при обеспечении высокого качества авиатранспортных процессов, работ и услуг с учетом выполнения запросов и ожиданий своих потребителей и других заинтересованных сторон для обеспечения необходимых преимуществ в конкурентной борьбе на рынке авиаперевозок и обеспечения безопасности воздушных перевозок.

Деятельность всех служб авиапредприятия, какое бы ни был её объём, не говорит о её полезности, тем более о степени удовлетворения потребностей пассажиров и заказчика в транспортном обслуживании. Работа воздушного транспорта может быть по своим затратам значительно больше, чем полученный эффект конечного результата. При этом следует учитывать такие виды работ, как обслуживание - совокупность действий (операций), выполняемых исполнителем услуги при непосредственном контакте с её потребителем. Для этого должны быть созданы условия обслуживания -совокупность факторов, воздействующих на потребителя услуг (заказчика) в процессе получения услуги, с учётом её особенностей в отличие от материальной продукции таких как: её нематериальность, права на услуги у производителя постоянны, услуга не может быть продемонстрирована перед покупкой, она не может складироваться, ремонтироваться, производство услуги и её потребление происходят одновременно, в производстве услуги участвуют обе стороны - потребитель и производитель и т.д.

4. Критерии качества обслуживания воздушных перевозок

Одним из основных критериев обеспечения качества в гражданской авиации является обслуживания воздушных перевозок.

Основными критериями качества обслуживания воздушных перевозок являются:

Безопасность полетов (БП) и авиационная безопасность (АБ) - как фактор качества обслуживания авиаперевозок должна заключать в себе требования максимальной гарантии отсутствия летных происшествий, а также вреда пассажирам и повреждения коммерческой загрузки, связанных с предпосылками к летным происшествиям. Обеспечение жизни и здоровья пассажиров и членов экипажа путём защиты деятельности гражданской авиации (ГА) от актов незаконного вмешательства.

Регулярность полетов - является строгое и точное соблюдение расписания полетов регулярных рейсов и графика движения дополнительных и чартерных рейсов, отсутствие задержек вылета рейсов по вине персонала служб гражданской авиации.

Точность и своевременность информации пассажиров:

- относительно времени прибытия и вылета рейса;

- о задержке или переносе рейса с указанием причин;

- обо всех изменениях, связанных с движением самолетов и обслуживанием пассажиров и клиентуры;

Профессионализм и поведение обслуживающего персонала - основными требованиями к поведению персонала при обслуживании пассажиров и клиентуры на воздушном транспорте является безукоризненная корректность, вежливость, доброжелательность, предупредительность, стремление оказать помощь и содействие, высокая профессиональная подготовка. При возникновении конфликтной ситуации в общении с пассажирами и клиентурой необходимо сохранять выдержку, тактичность и чувство собственного достоинства.

Сохранность сдаваемых к перевозке багажа, грузов и почты. Основным требованием к сохранности сдаваемых к перевозке грузов, почты и багажа является строгое соблюдение условий договора перевозки, а также 100%-ная гарантия того, что груз, багаж и почта, сданные к перевозке под ответственность перевозчика, будут доставлены и вручены пассажиру или получателю.

Соблюдение сроков доставки багажа, грузов и почты обеспечивается неукоснительным выполнением требований «Правил международных воздушных перевозок пассажиров, багажа и грузов» и других руководящих документов ФАВТ. Перевозчик обязан принять меры по доставке багажа:

- на рейсе, на который багаж первоначально зарегистрирован;

- на рейсе, на котором пассажир имеет для дальнейшего следования из пункта (пунктов) трансфера: в конечный пункт назначения одновременно с прибытием туда пассажира.

Сокращение времени прохождения формальностей при вылете. Основным требованием является сокращение времени нахождения пассажира в зале регистрации.

Общее время с момента прибытия пассажира в зал регистрации до момента прохождения всех формальностей и выход, на посадку не должно превышать 60 мин. Ожидание посадки в автобусы для доставки к самолету и посадка в самолет не должны превышать 30 мин. Общее время нахождения в зале вылета от прибытия до посадки в самолет и отправления самолета не должно превышать 1 ч 30 мин.

Время ожидания при высадке из самолета. Основными требованиями является начало высадки пассажиров из самолета сразу же, как только самолет зарулит на стоянку и будут выключены двигатели. Следует при этом иметь в виду, что пассажиры утомлены полетом, возбуждены предстоящим прибытием и особенно нетерпеливы, когда длительное время не подается трап и минута ожидания трапа кажется им десятью минутами. Поэтому трап должен быть подан к самолету не позже чем через 3 мин после прибытия самолета и остановки двигателей. Подача второго трапа ускорит высадку пассажиров. Автобусы для доставки пассажиров в аэровокзал должны быть поданы одновременно с подачей трапов. Общее время высадки пассажиров из самолета и доставки их в аэровокзал не должно превышать 15 мин.

Время ожидания получения багажа и прохождения формальностей по прилету. Основным требованием является начало подачи багажа на раздаточный транспортер в зале прилета сразу же после прибытия пассажиров в аэровокзал и прохождение ими санитарно-карантинного и паспортного контроля. Время ожидания раздачи багажа не должно превышать 10 мин после прохождения паспортного контроля. Заполнение таможенных и иммиграционных документов, как правило, должно проводиться на борту до посадки самолета.

Время ожидания багажа с момента прибытия пассажиров в аэровокзал не должно превышать 25 мин, то есть общее время с момента прибытия самолета до получения багажа пассажиром не должно превышать 40 мин (15 мин – прибытие в аэровокзал и 25 мин прохождение санитарно-карантинного и паспортного контроля и ожидание багажа).

Время прохождения таможенных формальностей после получения

багажа и контроля багажных бирок при выходе из зала прилета не

должно превышать 20 мин.

Общее время с момента прибытия самолета до выхода пассажира из

аэровокзала не должно превышать 60 мин.

Соблюдение времени стыковки рейсов и качественное обслуживание транзитных и трансферных пассажиров и их багажа. Главным требованием в обслуживании трансферных пассажиров является безусловное обеспечение пересадки пассажиров с рейса на рейс при минимальном времени стыковки рейсов. Так, например, нормальным временем стыковки рейсов в аэропорту Шереметьево считается 50 мин. Это время обозначено в международном справочнике «АВС». Однако прямой обязанностью службы транзита является обеспечение пересадки пассажиров и перегрузки их багажа с самолета на самолет при минимальной стыковке рейсов в 30мин.

Дополнительные критерии качества обслуживания воздушных перевозок.

Уровень обслуживания в сфере продажи и бронирования мест обеспечивается:

• удобством расположения агентств в городе;

• удобством рабочего времени агентств;

• красочным внешним оформлением агентств;

• комфортом для посетителей внутри агентств;

• отсутствием очередей;

• наличием информационных, рекламных материалов, карт, путеводителей;

• возможностью получения предварительной информации и бронирование мест по телефону;

• предложением посетителям приемлемой альтернативы при отсутствии мест на запрашиваемый рейс;

• четким разъяснением пассажирам правил провоза багажа и ручной клади, требований к регистрации билетов перед вылетом, правил обслуживания в пунктах стыковки;

• чистотой помещений;

Важным требованием к качеству обслуживания являются удовлетворение запроса пассажира и оформление документов на перевозку с минимальным временем ожидания. Общее время пребывания пассажира при оформлении билета в агентстве не должно превышать 60 мин.

Уровень обслуживания в аэропорту обеспечивается:

• сокращением прохождения формальностей при вылете;

• сокращением времени ожидания высадки из самолета;

• сокращением времени ожидания получения багажа;

• наличием достаточного количества тележек для перевозки багажа;

• удобством доставки пассажиров до/из центра города;

• удобством подъезда и стоянок личных автомашин;

• наличием почты, банка, магазина «Цветы»;

• наличием автоматической международной телефонной связи;

• наличием баров; кафе; ресторанов; кинозала; магазинов;

• удобством расположения камер хранения;

• наличием гигиенических комнат;

• наличием комнаты матери и ребенка;

• чистотой в помещениях аэровокзала;

• степенью освещенности аэровокзала;

• удовлетворением претензий пассажиров;

Ответы на жалобы и претензии пассажиров должны быть даны в сроки, установленные руководящими документами ФАВТ. От соблюдения установленных сроков ответа на жалобы и решения претензий в значительной мере зависит доверие пассажиров к перевозчику и общее качество обслуживания пассажиров и клиентуры.

Уровень обслуживания пассажиров при задержках рейсов.

Могут иметь место случаи нерегулярности рейсов по причинам, не зависящим от гражданской авиации, таким как:

задержка рейсов по метеоусловиям аэродрома взлета или аэродрома посадки;

отмена или перенос рейса в связи со стихийными бедствиями или забастовками;

запрет полетов государственными органами;

длительные задержки по другим причинам.

При нарушении регулярности полетов к пассажирам должно проявляться особо чуткое отношение и забота обслуживающего персонала. Основными требованиями к обслуживанию пассажиров при задержках рейсов являются:

Своевременность и точность информации о задержке рейса. Информация должна быть правдивой и объективной. Пассажир испытывает большее доверие к перевозчику, когда ему правдиво разъясняют причину и время задержки. При затруднительном определении точного времени задержки целесообразно давать промежуточную информацию о времени задержки с последующим уточнением информации до истечения предварительно объявленного времени задержки.

Своевременность и качество питания пассажиров при длительной задержке рейсов:

• до 3 ч – пассажирам следует предоставить прохладительные напитки;

• более 3 ч – пассажиров необходимо обеспечить питанием в зависимости от времени суток. Первое после 3-часовой задержки питание рекомендуется произвести с использованием бортпайков задержанного рейса, предвари-тельно подготовленных в ресторане. Последующее питание производить через 6 ч в дневное время суток.

обеспечение отдыха пассажиров: при задержках более 8 ч пассажирам должна быть предоставлена гостиница за счет авиакомпании.

В случае переноса вылета рейса на следующие сутки пассажирам в любом случае должны быть предоставлены гостиница и соответствующее питание.

Уровень обслуживания на борту самолета обеспечивается:

• оформлением интерьеров и комфортом в салонах самолетов;

• качеством бортового питания, ассортиментом напитков;

• вежливостью и предупредительностью бортпроводников;

• возможностью вести с борта телефонные переговоры;

• наличием индивидуальных музыкальных программ;

• наличием печатных изданий, газет;

• продажей на борту сувениров;

• наличием мест в салоне для курящих и не курящих. Перевозчик должен удовлетворить просьбу пассажира на предоставление ему места в самолете в салоне для курящих или некурящих, а также по возможности место в салоне по выбору пассажира (у окна, у прохода, выхода и т. д.);

• посадкой пассажиров по заранее распределенным местам;

Гражданская авиация России ставит своей основной целью высококачественное обслуживание пассажиров и клиентуры, пользующихся его услугами. Вопрос о предоставлении пассажирам наибольшего комфорта должен считаться таким же важным, как регулярность и безопасность полетов.

Указанные факторы говорят об общей культуре обслуживания пассажиров и в значительной степени влияют на качество обслуживания. Пассажиры воздушных перевозок имеют возможность сравнивать эти факторы у различных перевозчиков и соответственно отдавать предпочтение тому перевозчику, у которого эти качества выше. Перечисленные критерии качества обслуживания международных перевозок создают «имидж», то есть репутацию авиакомпании, и способствуют привлечению пассажиров на рейсы тех авиакомпаний, у которых выше стандарты качества.

Вопрос о качестве обслуживания воздушных перевозок должен решаться комплексно с учетом основных и дополнительных критериев качества, а также основных мероприятий по их выполнению.

К сожалению, на сегодня качество обслуживания авиаперевозок в международных аэропортах РФ далеко не удовлетворяет перечисленным критериям качества, не говоря уже о международных стандартах обслуживания. Такое несоответствие международным стандартам может найти всевозможные объяснения, но эти объяснения не способствуют повышению престижа российских авиаперевозчиков.