

LATVIJA UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

„Riska komunikācija. „airBaltic” piemērs”

Bakalaura darbs

Autore: **Līga Stālberga**

Stud.apl.ls06040

Darba vadītāja: lektore Elita Plokste

Rīga 2009

Anotācija

Tēmas „Riska komunikācija. „airBaltic” piemērs” aktualitāte saistīta ar riska komunikācijas izdalīšanu kā atsevišķu sabiedrisko attiecību darbības posmu, izdalot to no krīzes komunikācijas.

Teorētisko pamatojums darbā galvenokārt balstās uz F. Boudera (Bouder, F.) izdalītajām trīs riska komunikācijas pamatfāzēm un M. G. Morgana (Morgan, M. G.), B. Fišhofa (Fischhoff, B.), A. Bostroma (Bostrom, A.) un C. J. Atmana (Atman, C. J.) izdalītajām septiņām riska komunikācijās apakšfāzēm. Darbā tiks apskatīta sabiedrisko attiecību pamatfunkciju teorija un tās saistība ar riska komunikāciju, kā arī riska komunikācijas nozīme krīzes komunikācijā un to atšķirības.

Darba pētnieciskajā daļā tiks izmantota intervija ar „airBaltic” korporatīvās komunikācijas vadītāju Jāni Vanagu, un intervija ar borta operāciju vadītāju Ingūnu Andži, kā arī tiks veikta kontentanalīze „airBaltic” noteikumos „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” un aptauja „airBaltic” klientu vidū.

Izanalizējot iegūtos rezultātus tiks iegūts aviokompānijas „airBaltic” riska komunikācijas prakses piemērs un tās novērtējums klientu vidū.

Darba struktūra veidota, sākot ar sabiedrisko attiecību pamata teorijas apkopojumu, kas turpinās ar riska komunikācijas sniedzēju mērķu un atbildību uzsvēršanu un riska komunikācijas fāžu izdalīšanu, kā arī riska komunikācijas auditoriju izdalīšanu un riska komunikācijas nozīmes skaidrošanu krīzes komunikācijā. Pēc teorētiskas daļas seko empīriskā darba daļa, kurā „airBaltic” riska komunikācija izvērtēta pēc teorētiskajā daļā uzskaitītajām riska komunikācijas fāzēm un „airBaltic” riska komunikācija klientu vērtējumā. Atslēgvārdi: sabiedriskās attiecības; riska komunikācija; riska komunikācijas fāzes; krīzes komunikācija; „airBaltic”;

Summary

Topicality of the subject: “Risk communication. Example of “airBaltic”” is related to distribution of risk communication as a special stage of public relations, separating it from crisis communication.

Theoretical basis of the Paper is mainly justified by F. Boudier three basic stages of risk communication, and M. G. Morgan, B. Fischhoff, A. Bostrom, and C. J. Atman classified seven sub-stages of risk communication. The Paper deals with general public relations theory and its connection with risk communication, as well as with the importance of risk communication in crisis communication and difference between the two.

Investigative part of the Paper deals with interviews with Jānis Vanags, “airBaltic” corporate communications manager, and Ingūna Andže, board operations manager; content analysis of “airBaltic” regulations “Prices and conditions” and “Conditions of carriage for passengers and baggage” and inquiry among “airBaltic” clients are made.

After analysis of acquired results an example of “airBaltic” risk communication practice and its assessment among clients is obtained.

Layout of the Paper comprises summarization of basic public relations theory; it proceeds with emphasis on risk communicators aims and responsibility and distribution of stages of risk communication, as well as grouping of risk communication audiences and explanation of risk communication significance in crisis communication. Theoretical part is followed by empiric part of the Paper, where “airBaltic” risk communication is evaluated according to risk communication stages considered in the theoretical part, and “airBaltic” risk communication in client opinion.

Key words: public relations; risk communication; risk communication stages; crisis communication; “airBaltic”.

Saturs

Apzīmējumu saraksts.....	1
Ievads.....	2
1. Sabiedriskās attiecības.....	4
2. Riska komunikācija.....	8
2. 1. Riska komunikācijas mērķi un komunikatoru atbildība.....	8
2. 2. Riska komunikācijas izpausmes.....	10
2. 3. Riska komunikācijas saturs.....	16
2. 4. Komunikācijas auditorijas.....	19
2. 5. Iekšējā riska komunikācija.....	19
2. 6. Ārējā riska komunikācija.....	22
2. 7. Riska komunikācijas doma krīzes komunikācijā.....	23
3. Metodoloģija.....	26
3. 1. Dziļā interviija.....	26
3. 2. Kontentanalīze.....	27
3. 3. Aptauja.....	27
4. „airBaltic” riska komunikācijas analīze.....	29
4. 1. Komunikācijā ar klientiem.....	29
4. 2. Noteikumu komunikācijā.....	31
4. 3. Stjuartu ievadkomunikācijā ar pasažieriem.....	35
4. 4. Riska komunikācijas veidošana.....	36
4. 5. Riska komunikācijas nodrošināšana.....	37
4. 6. „airBaltic” riska komunikācija klientu vērtējumā.....	39
Secinājumi.....	41
Izmantotās literatūras saraksts.....	43
Pielikumi.....	44
1. pielikums. Intervija ar „airBaltic” korporatīvās komunikācijas viceprezidentu Jāni Vanagu.....	45
2. pielikums. „airBaltic” noteikumi „Cenas un noteikumi”.....	49
3. pielikums. „airBaltic” noteikumi „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi”.....	53
4. pielikums. „airBaltic” klientu aptaujas rezultāti.....	84
5. pielikums. Stjuartu ievadrūnas satura standarts.....	89
6. pielikums. Intervija ar „airBaltic” borta operāciju vadītāju Ingūnu Andži.....	90
7. pielikums. Aptauja „airBaltic” klientu vidū.....	93

Apzīmējumu saraksts

SA Sabiedriskās attiecības

Ievads

Tēmas „Riska komunikācija. „airBaltic” piemērs” aktualitāte saistīta ar riska komunikācijas pozicionēšanu kā atsevišķu sabiedrisko attiecību darbības posmu, nodalot to no krīzes komunikācijas. Ņemot vērā aviācijas nozares specifiku, riska komunikācija šajā nozarē ir svarīga sastāvdaļa gan darbinieku, gan klientu attiecībās.

Pētījuma objekts ir aviosabiedrība „airBaltic” un tajā realizētā riska komunikācija gan darbinieku, gan klientu vidū.

Pētījuma mērķis ir izpētīt „airBaltic” riska komunikācijas saturu, tās veidošanu un pozicionēt to kā atsevišķu SA darbības jomu. Apkopojot teorētisko pieeju riska komunikācijas izveidei, izpētīt „airBaltic” riska komunikācijas saturu un tā vērtējumu klientu vidū. Darba uzdevumi ir apkopot teorētisko pamatojumu par riska komunikācijas nozīmi sabiedrisko attiecību praksē, izdalot to no krīzes komunikācijas un, pamatojoties uz gūto informāciju, intervēt „airBaltic” riska komunikācija iesaistītos darbiniekus, kā arī veikt kontentanalīzi „airBaltic” noteikumos, „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi”, lai identificētu riska komunikācijas fāzes tajos un veikt aptauju „airBaltic” klientu vidū, lai noskaidrotu viņu vērtējumu par „airBaltic” riska komunikāciju.

Teorētisko pamatojums darbā galvenokārt balstās uz F. Boudera (*Bouder, F.*) izdalītajām trīs riska komunikācijas pamatfāzēm un M. G. Morgana (*Morgan, M. G.*), B. Fišhofa (*Fischhoff, B.*), A. Bostroma (*Bostrom, A.*) un C. J. Atmana (*Atman, C. J.*) izdalītajām septiņām riska komunikācijās apakšfāzēm. Darbā tiks apskatīta SA pamatfunkciju teorija un tās saistība ar riska komunikāciju, kā arī riska komunikācijas nozīme krīzes komunikācijā un to atšķirības.

Darba pētnieciskajā daļā tiks izmantota intervija ar „airBaltic” korporatīvās komunikācijas viceprezidentu Jāni Vanagu, lai noskaidrotu riska komunikācijas „airBaltic” SA praksē un intervija ar borta operāciju vadītāju Ingūnu Andži, lai noskaidrotu riska komunikācijas nozīmi „airBaltic” stjuartu apmācībās, kā arī tiks veikta kontentanalīze „airBaltic” noteikumos, „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi”, jo tā ir viena no „airBaltic” riska komunikācijas sastāvdaļām. Tāpat tiks īstenota aptauja „airBaltic” klientu vidū, lai noskaidrotu viņu vērtējumu par „airBaltic” riska komunikāciju.

Izanalizējot iegūtos rezultātus tiks iegūts aviokompānijas „airBaltic” riska komunikācijas prakses piemērs un tās novērtējums klientu vidū.

Darba struktūra veidota, sākot ar sabiedrisko attiecību pamatfunkciju teorijas apkopojumu, kas turpinās ar riska komunikācijas sniedzēju mērķu un atbildību uzsvēršanu un riska komunikācijas fāžu izdalīšanu, kā arī riska komunikācijas auditoriju izdalīšanu un riska komunikācijas nozīmes skaidrošanu krīzes komunikācijā. Pēc teorētiskas daļas seko empīriskā darba daļa, kurā „airBaltic” riska komunikācija izvērtēta pēc teorētiskajā daļā

uzskaitītajām riska komunikācijas fāzēm. Empīriskajā daļā skaidrota arī stjuartu riska komunikācijas veidošana un „airBaltic” riska komunikācija klientu vērtējumā.

1. Sabiedriskās attiecības

SA ir tā pārvaldes funkcija, ar kuras palīdzību tiek nodibināti un uzturēti savstarpēji izdevīgi sakari starp kādu organizāciju un to sabiedrību, no kuras ir atkarīgas šīs organizācijas veiksmes un neveiksmes.¹

Definējot SA, parasti tiek izmantoti šādi apgalvojumi:

1. SA ir organizācijas vadīšanas elements, un ar to palīdzību tiek īstenota plānveida ilgtermiņa vadīšanas programma;
2. SA sfēra ir attiecības starp organizāciju un ar to saistīto sabiedrību;
3. ar SA tiek regulēta savstarpēja izpratne, sabiedriskā doma, attieksme un izturēšanās gan pašā organizācijā, gan ārpus tās;
4. SA speciālista uzdevums ir analizēt organizācijas politikas, procedūru un aktivitāšu ietekmi uz sabiedrību;
5. SA speciālista uzdevums ir koriģēt to politiku, procedūras un aktivitātes, kas ir pretrunā ar sabiedrības interesēm un apdraud organizācijas pastāvēšanu;
6. SA speciālists konsultē organizācijas vadību sakarā ar tādas jaunas politikas, procedūru un aktivitāšu ieviešanu, kas būtu izdevīgas gan organizācijai, gan ar to saistītajai sabiedrībai;
7. SA speciālists nodibina un uztur divpusējus sakarus starp organizāciju un ar to saistīto sabiedrību;
8. SA speciālists veicina specifiskas izmaiņas savstarpējā izpratnē, sabiedriskajā domā, attieksmēs un izturēšanās veidā gan pašā organizācijā, gan ārpus tās;
9. SA īstenošanas rezultātā tiek radītas jaunas un/vai uzturētas esošās attiecības starp organizāciju un ar to saistīto sabiedrību.²

Apkopojot visus iepriekš minētos apgalvojumus, SA galvenā funkcija ir organizācijas izdevīgu attiecību uzturēšana starp organizāciju un sabiedrību, kas var būt arī iekšējā sabiedrība.

SA koncepcijā un praksē ietilpst šādas aktivitātes un specialitātes:

Publicitāte ir kāda ārēja avota sniegta informācija, ko masu saziņas līdzekļi izmanto tāpēc, ka tā ir uzskatāma par jaunumu. Tā ir nekontrolējama ziņu publicēšana masu saziņas līdzekļos, jo ziņu sniedzējs nemaksā masu saziņas līdzekļiem par to publicēšanu.³

¹ Cutlip, S. Center A. H., Broom, G. M., (2000). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall International. 21. lpp

² Turpat, 26. lpp

Pārstāvniecība presē ir tādu sižetu un notikumu veidošana, kuri būtu uzskatāmi par jaunumu, un tās mērķis ir piesaistīt masu saziņas līdzekļu uzmanību un gūt sabiedrības ievērību.⁴

Sabiedriskās lietas ir īpaša SA sastāvdaļa, un ar šo jēdzienu apzīmē attiecību izveidošanu un uzturēšanu ar valdības iestādēm un vietējo sabiedrību nolūkā ietekmēt sabiedrisko politiku.⁵

Domstarpību kārtošana ir savlaicīga to sabiedriskās politikas diskutējamo jautājumu paredzēšana, noteikšana un novērtēšana, kuri ietekmē organizācijas un ar to saistītās sabiedrības, kā arī atbilstoša reaģēšana uz šiem jautājumiem.⁶

Lobēšana ir īpaša SA sastāvdaļa, un tās mērķis ir izveidot un uzturēt attiecības ar valdību galvenokārt nolūkā ietekmēt likumdošanas aktu un normatīvo lēmumu pieņemšanu.⁷

Attiecības ar investoriem ir īpaša korporatīvo SA sastāvdaļa. To funkcija ir izveidot un uzturēt savstarpēji izdevīgas attiecības ar akcionāriem un citiem finansu aprindu pārstāvjiem, lai maksimāli palielinātu organizācijas tirgus vērtību.⁸

Attīstība ir īpaša SA sastāvdaļa privāto bezpeļņas organizāciju praksē. Tās darbinieku uzdevums ir izveidot un uzturēt attiecības ar ziedotājiem un biedriem nolūkā nodrošināt finansiālu atbalstu un brīvprātīgu nealgotu darbinieku piedalīšanos organizācijas darbā.⁹

Šīs SA funkcijas aptver vairākas jomas, tādēļ konkrētā organizācijā nav jāizpildās visām iepriekš minētajās SA funkcijām. Katrai organizācijai ir jāpiemēro savs SA modelis, lai tas „palīdzētu organizācijai paredzēt gaidāmo sabiedrības izpratni un viedokli un reaģēt uz to, piemēroties jaunām vērtībām un jaunam dzīves stilam. Bez efektīvām SA organizācijas nespēj uztvert apkārt notiekošās pārmaiņas un nespēj sekmīgi darboties, jo aizvien vairāk atpaliek no savas vides prasībām.”¹⁰

SA tiek definētas kā vadības funkcija, kas nozīmē, ka tā ir apzināta, plānota darbība ar prognozētu iznākumu. Savstarpēji izdevīgas attiecības attiecas uz divpusēju komunikācijas procesu, ar kura palīdzību organizācija darbosies gan savās interesēs, gan to grupu un auditoriju interesēs, ar kurām tā mijiedarbojas.¹¹

SA organizācijā tiek veidotas pakāpeniski, izpētot auditorijas informatīvas vajadzības:

1. *Ieinteresēto pušu fāze.* Organizācijai ir attiecības ar ieinteresētajām pusēm, kad organizācijas vai ieinteresēto pušu uzvedība rada sekas otrai pusei. SA vajadzētu veikt

³ Cutlip, S. Center A. H., Broom, G. M., (2000). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall International. 32. lpp

⁴ Turpat, 38. lpp

⁵ Turpat, 42. lpp

⁶ Turpat, 42. lpp

⁷ Turpat, 44. lpp

⁸ Turpat, 47. lpp

⁹ Turpat, 50. lpp

¹⁰ Turpat, 52. lpp

¹¹ Watson, T. Noble, P. (2005). *Evaluating Public Relations*. London: Kogan Page. 5. lpp.

- apkārtējās vides un organizācijas uzvedības izpēti, lai noteiktu šīs sekas. Pastāvīga komunikācija ar šīm ieinteresētajām pusēm palīdz veidot stabilas, ilgtermiņa attiecības konflikta vadīšanai, kas varētu rasties šajās attiecībās.
2. *Sabiedriskā fāze*. Sabiedriska forma, kad ieinteresētās puses apzinās vienu vai vairākas sekas kā problēmu un organizējas, lai kaut ko darītu lietas labā. SA vajadzētu veikt izpēti, lai identificētu un sadalītu auditoriju segmentos. Šajā fāzē sevišķi noder mērķa grupas. Komunikācija, lai iesaistītu auditoriju organizācijas lēmumu procesā, palīdz vadīt konfliktu pirms kļūst nepieciešamas komunikāciju kampaņas.
 3. *Strīda jautājumu fāze*. Sabiedrība organizē un veido „strīda jautājumus” no problēmām, ko tā saskata. SA vajadzētu paredzēt šos strīda jautājumus un vadīt organizācijas reakciju uz tiem. Tā ir pazīstama kā „strīda jautājumu” vadība. Medijiem ir svarīga loma strīda jautājumu radīšanā un attīstībā. Mediju veiktais fakti atspoguļojums presē var atklāt citu sabiedrības daļu, izņemot aktīvos, sevišķi „karsto jautājumu” publiku. Šajā fāzē pētījumam jāsadala auditorija. Komunikāciju programmām jāizmanto masu mediji, kā arī starppersonu komunikācija ar aktīvistiem, lai mēģinātu atrisināt strīda jautājumu sarunu ceļā.

SA jāplāno komunikāciju programmas ar dažādām ieinteresētajām pusēm vai auditoriju katrā no trim minētajām fāzēm. Plānojot jāņem vērā 4.-7. fāze.

4. SA jāizstrādā formāli mērķi, tādi kā komunikācija, precizitāte, izpratne, vienošanās un papildu rīcība savai komunikāciju programmai.
5. SA jāplāno formālas programmas un kampaņas šo mērķu izpildei.
6. SA, sevišķi tehniskajiem speciālistiem, jārealizē programmas un kampaņas.
7. SA jānovērtē programmu efektivitāte šo mērķu sasniegšanā un to konfliktu samazināšanā, kurus izraisīja problēmas un strīda jautājumi, kuru dēļ tika izveidotas šīs programmas.¹²

Komunicējot ievērojot izpētē iegūtos rezultātus par auditorijas vajadzībām, iespējams izvairīties no konflikta ar auditoriju. Apzinot iespējamus konflikta iemeslus un auditorijai nepieciešamo informāciju, sabiedrisko attiecību speciālisti izveido riska komunikācijas plānu, lai sniegtu auditorijai nepieciešamo informāciju par iespējamiem riska jautājumiem, kas var izraisīt konfliktu.

Galvenā SA funkcija ir organizācijai izdevīgu attiecību veidošana un uzturēšana ar organizācijas auditorijā, ko iespējams veiksmīgi realizēt tikai izpētot auditorijas vajadzības un veidojot komunikācijas stratēģiju, lai papildītu auditorijas vajadzības.

¹² Grunig, E. J., (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc., Publishers, 124. lpp.

Ieinteresētās puses pieprasa uz informāciju balstītas brīvas tiesības zināt par potenciālajiem zaudējumiem, kas saistīti ar uzņēmuma produkciju, pakalpojumiem, ražošanas iespējām, tehnoloģiju, transportu un citiem organizatoriski sakārtotiem procesiem un rezultātiem. Informācijas apmaiņas un kopīgo zināšanu modelim tādā gadījumā ir organiska saistība ar faktu, kādēļ un ar ko organizācija komunicē.

Tas liecina, ka organizācijām vajadzētu veicināt informācijas apmaiņu starp ieinteresētajām pusēm par riska dabu, nozīmīgumu un tā kontroli. Organizācijas, kas šajā jomā cieš neveiksmi, kavē savus pilnvardevējus izdarīt racionālas izvēles attiecībā uz organizācijas aktivitāšu ietekmi uz viņiem. Būtisks riska vadības princips norāda, ka SA praktiķiem vajadzētu samazināt nenoteiktību ap organizācijas produktiem vai tehnoloģijām, kam ir potenciāla ietekme uz citiem. Tas atspoguļo informācijas apmaiņas un kopīgo zināšanu modeli, kas balstīts uz paziņojumu izplatīšanu par riska relatīvo apmēru, piesardzības normām un riska samazināšanas stratēģijām. Riska komunikācija arī ir svarīga un dinamiska SA izpētes un prakses joma.¹³

Tādēļ veiksmīgām SA jāietver arī riska komunikācija, kas ir nozīmīga, lai auditorija tiktu pilnībā informēta par organizācijas darbībām un lai tā justos nozīmīga organizācijai.

¹³ Heath, R. L. (2001). *Handbook of Public Relations*. Thousands Oaks: Sage Publications, Inc. 157. lpp.

2. Riska komunikācija

2. 1. Riska komunikācijas mērķi un komunikatoru atbildība

„Riska komunikācija” nozīmē komunikāciju, kas domāta, lai nespeciālistiem sniegtu nepieciešamo informāciju pārdomātu, neatkarīgu lēmumu pieņemšanai attiecībā uz riskiem viņu veselībai, drošībai un apkārtējai videi.¹⁴

Tradicionālā riska komunikācija ir vispirmām kārtām ir veidota saziņai ar ieinteresētajām pusēm ārpus organizācijas ietvariem. Eksperti nosaka risku līmeņus un izskaidro mazāk informētai auditorijas daļai, cik lielā mērā produkts, process vai programma ir droša.¹⁵

Kamēr riska komunikāciju nevar definēt kā patstāvīgu disciplīnu, vislabāk to būtu aprakstīt kā informācijas un riska novērtējumu plūsmu, ar ko apmainās akadēmiskie eksperti, reglamentējošie praktiķi, interešu grupas un auditorija. Tādējādi riska komunikācija nav lejupejoša komunikācija no eksperta pie nespeciālistiem, bet drīzāk konstruktīvs dialogs par risku starp visiem konkrētās debatēs iesaistītajiem.¹⁶

Ja auditorijas kopums saprot, ka darbība izraisa pārmērīgu risku, tā var pretoties šādai darbībai. Pretestība var izpausties caur vispārātzītiem kanāliem, tādiem kā politiskā ietekme, vai caur spontāniem kanāliem, tādiem kā protesti un boikoti. Lai izvairītos no šādām diskusijām vai izklaidētu bažas organizācijām jāiesaistās stratēģiskā riska komunikācijā.¹⁷

Komunikācijai jābūt pārdomātai, plānotai un auditorijai saprotamai.

Ja cilvēkiem ir ierobežots laiks, efektīva komunikācija koncentrēsies uz jautājumiem, kas informācijas saņēmējam ir visbūtiskākie izpratnes veidošanai. Ja komunikācija apiet kritisku informāciju, tad tā neveic visbūtiskāko komunikatoru uzdevumu. Tā var informācijas saņēmējam nākt par ļaunu, ja tā rada kompetences ilūziju, jo saņēmēji kļūdaini uzskata, ka viņi nav atbilstoši informēti. Ja tā sniedz nebūtisku informāciju, tā tikai izšķiež saņēmēju laiku un novērš viņu uzmanību no svarīgākiem uzdevumiem.¹⁸

Komunikācijas sniedzējiem ir jāsniedz precīza un saprotama informācija, lai auditorija nebūtu spiesta meklēt citus kanālus informācijas uzzināšanai vai izprašanai. Sniedzot precīzu un

¹⁴ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 4. lpp.

¹⁵ Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers, 207. lpp.

¹⁶ Lofstedt, R. (2003). *Risk communication: pitfalls and promises*. London: King's Centre for Risk Management, King's College. 13. lpp.

¹⁷ Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers, 201. lpp.

¹⁸ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 4. lpp.

skaidru informāciju, auditorijai rodas lielāka uzticamība pret komunikācijas sniedzēju, jo tā jūt, ka ar viņu rēķinās. Tādēļ nopietna uzmanība jāpievērš ne tikai tam, lai pateiktu nepieciešamo, bet tam, lai to pateiktu saprotami un lakoniski.

Ja noteikts piemērots saturs, riska komunikācijas attīstītājiem jānodrošina, ka ziņojumu saprot tā, kā tas iecerēts. Šī pārbaudījuma neizturēšana tērē saņēmēju laiku (nemaz nerunājot par komunikācijā ieguldītajiem resursiem). Viņi var šaubīties, ja ir situācijā, kad jūtas nespējīgi saprast informāciju. Neizdevusies komunikācija netīši var veicināt arī nesaskaņas un strīdus. Nepietiekama riska komunikācija var radīt draudus lielākus par tiem, par kuriem komunicē.¹⁹ Ja auditorija nejūtas pietiekami vai pareizi informēta, zūd uzticība komunikācijas sniedzējam. Auditorija var sākt apšaubīt un apstrīdēt turpmākos komunikācijas sniedzēja ziņojumus un rīcību.

Riska komunikācijas laika izvēle ir saistīta ar grūto kompromisu starp sociālo prasību nekavējoties informēt un vajadzību pēc pilnīgas zinātniskas informācijas un analīzes. Ir vajadzīga labāka izpratne par efektīviem savlaicīgas komunikēšanas veidiem, tai pat laikā samazinot potenciālās kļūdas vai pretrunīgu informāciju.²⁰

Efektīvai riska komunikācijai nepieciešami autoritatīvi un uzticami avoti. Ja komunikācijas sniedzējus uztver kā kādu interešu pārstāvjus, informācijas saņēmēji var nesaprast, kam ticēt. Viņi var akceptēt ziņojuma šķietamo vērtību vai interpretēt to, mēģinot likvidēt uztverto neobjektivitāti. Rezultātā komunikācijas ietekme būs neskaidra un komunikācijas process vēl vairāk sarežģīsies.²¹

Lai auditorija komunikatoru sniegto informāciju uztvertu atbilstoši organizācijas vēlmēm, organizācijai un tās komunikācijai ir jāatbilst trīs galvenajiem kritērijiem, kas vairo auditorijas uzticību komunikācijas sniedzējiem:

Godīgums. Objektivitāte un godīgums ir nozīmīgi reglamentējošo lēmumu elementi, jo tie ietekmēs auditorijas uzticību. Ir divi veidi, kā noteikt komunikācijas godīgumu: vai nu procesa gaitā vai kā procesa iznākumu. Godīgumu parasti definē kā viedokli par procesa vai tā iznākuma objektivitāti. Vai komunikācijas sniedzēji ņēma vērā nevis noteiktu, ietekmīgu industriālo organizāciju intereses, bet gan visu intereses? Ja komunikācijas sniedzējus neuztver kā objektīvus vai godīgus, maz ticams, ka viņi iegūs uzticību.²²

¹⁹ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 4. lpp.

²⁰ Kasperson, R. E., (2005), *Social Contours of Risk*, London: Earthscan Publications, Limited, 28. lpp.

²¹ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 4. lpp.

²² Lofstedt, R. (2003). *Risk communication: pitfalls and promises*. London: King's Centre for Risk Management, King's College. 48. lpp.

Kompetence. Auditorijas uztverē riska vadītāju kompetence tiek uzskatīta par svarīgāko uzticības elementu. Vai organizācija vadīja procesu cik lietpratīgi vien iespējams? Vai riska vadītājiem ir nepieciešamās teorētiskās un praktiskās zināšanas, lai nodarbotos ar šī procesa jautājumiem?²³

Efektivitāte. Trešais uzticības komponents ir efektivitāte, taču koncepcija par efektivitātes saistību ar uzticību līdz šim nav nopietni izstrādāta.²⁴

Auditorija, pilnībā neuzticoties komunikācijas sniedzējam, informāciju meklēs citos kanālos, kuros ne vienmēr būs atbilstoša informācija.

Nezinot, kam ticēt, riska lēmumi var likties neatrisināmi. Šāds juceklis un aizdomas var sabojāt attiecības starp ekspertiem un auditoriju, kā arī pavērt durvis mazāk ticamiem avotiem.²⁵

Tādēļ riska komunikācijas sniedzējiem jānodod auditorijai pēc iespējas konkrētāki un saprotamāki ziņojumi, kuros iztirzātas iespējamās alternatīvas un sekas.

Lai tiktu galā ar nenoteiktību, organizācijām jāapzinās pašreizējie riski un iespējamie nākotnes riski. Organizācijas, kas spēj ņemt vērā potenciālos riskus savā vidē, arī spēj sagatavoties tiem un samazināt nenoteiktību, kas saistīta ar šādiem notikumiem, ja tādi reāli norisinātos. Ieinteresētās puses gribēs zināt, vai tās būs apdraudētas, ja līdzīgas krīzes atkārtosies nākotnē. Efektīvas krīzes komunikācijas gadījumos organizācija spēj izskaidrot ieinteresētajām pusēm savu korektīvo darbību, lai šīs grupas justos drošas, ka organizācija ir veikusi adekvātas korekcijas.

Lai gan skaidra un noteikta komunikācija var būt efektīva, tiek uzskatīts, ka tā arī var radīt lielākas grūtības organizācijai, sarežģīt organizācijas reakciju kopumā un pat būt bezatbildīga.²⁶

Tādēļ riska komunikācijas saturam ir jābūt skaidri saprotamam ikvienai iesaistītajai pusei, lai auditorija justu, ka tiek ņemtas vērā tās vajadzības, pieņemot lēmumus. Komunikācijas saturs jāveido precīzi ievērojot auditorijas vajadzības un sniedzot informāciju, auditorija komunikācijas procesā jāiesaista tieši tik daudz, lai tas būtu izdevīgi komunikācijas sniedzējiem un, lai auditorija justos saprasta.

2. 2. Riska komunikācijas izpausmes

²³ Lofstedt, R. (2003). *Risk communication: pitfalls and promises*. London: King's Centre for Risk Management, King's College. 50. lpp.

²⁴ Turpat, 56. lpp.

²⁵ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 5. lpp.

²⁶ Ulmer, R. K., Sellnow, T. L., Seeger, M. W., (2007). *Effective Crisis Communication*. California: SAGE Publications, 42. lpp.

Kad izprastas auditorijas vajadzības, komunikācija jāplāno tām atbilstoši, jo riska komunikācijas funkcijas balstās uz auditorijas informēšanu.

Tiek izdalītas četras galvenās funkcijas:

1. Izglītošana un informēšana: informēt auditoriju par riskiem, tai skaitā riska novērtēšanu un vadību.
2. Riska apmācība un uzvedības izmaiņu stimulēšana: palīdzēt cilvēkiem tikt galā ar riskiem un potenciālajām nelaimēm.
3. Uzticības veidošana institūcijām, kas atbildīgas par riska novērtēšanu un vadību: sniegt cilvēkiem pārliecību, ka esošās riska vadības struktūras spēj vadīt riskus piemērotā, efektīvā, godīgā un pieņemamā veidā (šāda ticamība ir izšķiroša situācijās, kur trūkst personīgās pieredzes un cilvēki ir atkarīgi no neitrālas un neieinteresētas informācijas). Tomēr jāpatur prātā, ka uzticību nevar izraisīt vai radīt, bet tikai uzkrāt snieguma rezultātā un ka to var mazināt cieņas trūkums pret cilvēku šādā institūcijā.
4. Līdzdalība ar risku saistītos lēmumos un konflikta atrisināšanā: dodiet ieinteresētajām pusēm un auditorijas pārstāvjiem iespēju piedalīties riska novērtēšanā un vadības pasākumos un/vai piedalīties ar risku saistīta konflikta atrisināšanā un atbilstošu riska vadības izvēļu veikšanā.²⁷

Atkarībā no tā, cik daudz auditorija vēlas zināt un, cik daudz informācijas iespējams sniegt, riska komunikācijai iespējamas vairākas pakāpes, kuras *pāraug* viena otrā.

Šīs fāzes rada izprati, kādā tiek nodrošinātas riska komunikācijas funkcijas.

Tiek izdalītas trīs riska komunikācijas pamatfāzes.

Pirmā riska komunikācijas fāze akcentē nepieciešamību sniegt vispārējai auditorijai domāšanu par iespējamo un izglītot nespeciālistus, lai tie atzītu un akceptētu attiecīgo institūciju riska vadības prakses. Visnozīmīgākais riska komunikācijas instruments pirmajā fāzē ir riska salīdzinājumu piemērošana - ja kāds vēlējās akceptēt x upurus kā brīvprātīgas darbības sekas, viņam vai viņai jāspēj akceptēt arī citas brīvprātīgas darbības, kam ir mazāk kā x upuru. Tomēr šai loģikai neizdevās pārliecināt auditorijas: ļaudis nevēlējās abstrahēties no riskēšanas konteksta un attiecīgiem sociālajiem apstākļiem, viņi arī noraidīja paļaušanos uz cerētajiem ieguvumiem kā vienīgajiem riska novērtēšanas kritērijiem.²⁸

Katrai no trim pamatfāzēm ir arī sīkāks iedalījums, kas skaidro sabiedrisko attiecību profesionāļu darbības katrā no fāzēm.

1. Viss, kas mums jādara, ir jāsaved kārtībā skaitļi.

²⁷ Boudier, F., (2007), *Tolerability of Risk: A New Framework for Risk Management*. London: Earthscan Publications, Limited, 64. lpp.

²⁸ Boudier, F., (2007), *Tolerability of Risk: A New Framework for Risk Management*. London: Earthscan Publications, Limited, 62. lpp.

Vienkāršākā komunikācija vairāk paļaujas uz vārdiem, kā uz darbiem. Ja riski tiek labi vadīti vai acīmredzami ir tā vērti, vai arī tiem nav skaidri noteiktu aizstājēju, nevienam nebūs intereses par tiem dzirdēt. Patiešām, daudzi risku vadītāji cenšas sasniegt šo stāvokli, cerībā, ka viņi savu darbu dara labi un viņus liks mierā. Ja šī stratēģija strādā, abas puses ietaupa laiku un pūles. Taču, ja tā neizdodas, cilvēki uzdos neērtus jautājumus par ilgo klusēšanu.

2. Viss, kas mums jā dara, jā paziņo viņiem skaitļi.

Ātrākā reakcija uz informācijas pieprasījumu ir dalīties savā darbā. Rezultātā, kad risku vadītāji atklāj, ka viņiem ir problēmas ar auditorijas riska uztveri, rodas vilinājums parādīt pētījumus, kas pārliecinātu auditoriju, ka risks bija pieņemams – formā, kas līdzinātos, jau sniegtajiem pētījumiem. Lai gan šāds tiešs pasniegšanas veids ir atklāts, diez vai tas būs efektīvs. Vēl vairāk, auditorijas perspektīvas neizpratni tā var interpretēt kā vienaldzību.

3. Viss, kas mums jā dara, jā paskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem.

Kad riska aplēses nerunā pašas par sevi, acīmredzot nākamais solis ir tās izskaidrot. Tas var būt grūts uzdevums, runājot ar auditoriju, kam ar risku ekspertiem nav kopīgas valodas vai konceptuāla fona. Piemēram, vaļširdīga riska informācijas atklāšana iekļauj ar to saistītu zinātnisku nenoteiktību. Tomēr šī uzdevuma izpilde noteiktam riskam prasa zinātnisko pētījumu un debašu būtības iepriekšēju izpratni. Bez tās vaļširdīgais komunikācijas sniedzējs šķitīs izvairīgs, nenoteikts vai noskaņots uz strīdu. Turklāt skaitļi vieni paši vēl nesniedz visu riska ainu. Bieži vien cilvēkiem ir nepieciešams saprast, kā riskantais process norisinās, lai rastu stratēģijas, kā pret to izturēties vai justies pietiekami kompetentiem, lai sekotu publiskām debatēm.

4. Viss, kas mums jā dara, jā parāda viņiem, ka pagātnē viņi ir akceptējuši līdzīgus riskus.

Pielikuši visas pūles, lai izskaidrotu skaitļus, komunikācijas sniedzēji var justies vīlušies, konstatējot, ka bažas patiesībā nav izkļiedētas. Visai izplatīta viņu vilšanās izpausme ir apmēram šāds arguments, „x tehnoloģijas [kuru mēs atbalstām] riski nav lielāki par y darbības [kuru jūs jau esat akceptējuši] riskiem, tad kāpēc neakceptēt arī x?”. Šādiem salīdzinājumiem ir tikai ierosinājumu raksturs. Pieņemamība ir atkarīga no gan no ieguvumiem, gan riskiem. Tie, kuri pārāk skaļi aizstāv risku līmeņu konsekvenci, apdraud paši savu ticamību.²⁹

Tā kā ne vienmēr ir gana pastāstīt auditorijai to, kas viņiem būtu jāzina saistībā ar iespējamo risku, jo ne vienmēr auditorijas reakcija būs adekvāta, jāpāriet pie otrās fāzes.

²⁹ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 9. lpp.

Otrā riska komunikācijas fāze akcentē pārliecināšanu un koncentrē uzmanību uz sabiedrisko attiecību pūlēm pārliecināt cilvēkus, ka zināma viņu uzvedība ir nepieņemama, jo tā pakļauj viņus augstam riskam, turpretim auditorijas uztraukumi un bažas par daudziem tehnoloģiskajiem un vides riskiem, trūkstot vērā ņemamam riska līmenim, tiek uzskatītas par pārspīlētām. Šis komunikācijas process noved pie dažām uzvedības izmaiņām personīgā līmenī: daudzi cilvēki sāk atteikties no neveselīgiem paradumiem.³⁰

5. Viss, kas mums jādara, jāparāda viņiem, ka tas viņiem ir izdevīgs darījums.

Ņemt vērā gan komunikācijas riskus, gan ieguvumus nozīmē pieņemt visas auditorijas perspektīvas, jo viņiem būs jāsadzīvo ar abu veidu sekām. Šāda rīcība var novest pie diskutējamā jautājuma izmaiņām, sniedzot labāku risku un ieguvumu līdzsvaru. Ieguvumu izskaidrošanā jāstopas grūtībām, kas ir līdzīgas tām, ar kurām jāstopas, izskaidrojot riskus - klāt nāk vēl dažas papildu grūtības.

6. Viss, kas mums jādara, jāizturas pret viņiem jauki.

Cilvēki vērtē komunikāciju pēc formas un būtības. Forma, cita starpā, norāda, cik daudz uzticības ielikts saturā un ar kādu cieņu komunikācijas sniedzējs pret viņiem izturas. Ja cilvēki nejūtas respektēti, viņiem ir vairāk iemeslu domāt, ka viņi nesaņem pilnu informāciju. Viņiem ir arī vairāk iemeslu baidīties, ka riski viņu interesēs netiek pienācīgi vadīti un ka risku vadības process ir daļa no tendences liegt viņiem tiesības. Lai gan patīkama pasniegšanas forma nav cieņas garants, tā tomēr parāda, ka cilvēks tiek respektēts kā personība ar savām jūtām (pat ja ar tām manipulē).³¹

Viens no izskaidrojumiem riska komunikācijas iniciatīvu neveiksmēm ir reakcija uz riska komunikāciju, ko ietekmē ne tikai ziņojuma saturs un riska veids, bet arī uzticēšanās komunikācijas sniedzējiem.³²

Tomēr riska komunikācijas mērķis ir pārliecināt auditoriju par organizācijas kompetenci šo iespējamo risku vadībā, par kuriem tā runā, līdz ar to jāpāriet pie trešās fāzes.

Trešā riska komunikācijas fāze uzsver divpusēju komunikācijas procesu, kurā iesaistīšanos procesā sagaida ne tikai no auditorijas, bet arī no riska vadības. Šādu komunikācijas pasākumu mērķis ir veidot savstarpēju uzticēšanos, reaģējot uz sabiedrības un konkrēto ieinteresēto pušu bažām. Galīgais riska komunikācijas mērķis ir palīdzēt ieinteresētajām pusēm saprast riska novērtējuma loģisko pamatu.³³

³⁰ Boudier, F., (2007), *Tolerability of Risk: A New Framework for Risk Management*. London: Earthscan Publications, Limited, 62. lpp.

³¹ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 9. lpp.

³² Lofstedt, R. (2003). *Risk communication: pitfalls and promises*. London: King's Centre for Risk Management, King's College. 18. lpp.

³³ Boudier, F., (2007), *Tolerability of Risk: A New Framework for Risk Management*. London: Earthscan Publications, Limited, 62. lpp.

7. Viss, kas mums jādara, jāpadara viņus par saviem partneriem.

1.-6. SA speciālistu darbības posms (pirmā un otrā riska komunikācijas fāze) ietver pieaugošas stadijas, kas aplūko ziņojumu saņēmējus kā individuus ar kompleksām rūpēm. Taču izpratne veidota, lai nodotu ziņojumu, kura saturu ir noteicis komunikācijas sniedzējs. Tas nozīmē, ka saņēmēji tiek uztverti kā indivīdi, bet netiek iesaistīti. Šis posms pieņem auditoriju kā risku vadības partneri. Tas nozīmē atvēlēt viņiem vietu pie galda un ļaut izteikt savas bažas. Rezultātā komunikācijas kanāls tiek atvērts pretējā virzienā.³⁴

Pēdējais posms auditorijas viedokli nostāda vienā līmenī ar komunikācijas sniedzēja viedokli, tādā veidā izrādot komunikācijas sniedzēja atklātību par risku vadību, kas palielina auditorijas uzticību. Tieši uzticība riska situācijās var ir izšķiroša, tādēļ, ja vien auditorijas mērķis ir partnerība, uz to ir jātiecas. Jāņem vērā, ka šīs fāzes ir pēctecīgas – nav iespējams nodrošināt kādu no tām, izlaižot iepriekšējo.

Taču nevienu no riska komunikācijas ziņojumiem nevar izveidot, ja nav zināmas tehniskas detaļas. SA speciālisti ir komunikācijas, nevis nozares speciālisti, tādēļ, veidojot riska komunikācijas plānu un izpildot to, nozares vai uzņēmuma speciālistu viedoklim ir nozīmīga loma.

Pirmais riska komunikācijas uzdevums – veicināt informācijas apmaiņu starp riska profesionāļiem – literatūrā bieži ticis nepietiekami novērtēts. Cieša komunikācijas saikne starp riska novērtētājiem un riska vadītājiem, sevišķi pirmsnovērtēšanas un lēmuma pieņemšanas fāzēs, ir būtiska vispārējās vadības pilnveidošanā.³⁵

Organizācijām jābūt apveltītām ar iniciatīvu, interpretējot auditorijai ar riska jautājumiem saistītu informāciju. Attiecības starp SA speciālistiem un tehniskajiem ekspertiem ir ļoti svarīga saikne šajā interpretācijas procesā.

Pirmkārt, SA speciālistiem jāsaprot, ka tehniskie eksperti, kas ir pārliecināti par savu vērtējumu attiecībā uz noteiktiem riska jautājumiem, parasti darbojas vai viņiem ir kontakti industrijā, līdz ar to šī industrija ietekmē viņu vērtējumu. Otrkārt, integrējot šos ekspertus apstākļos, kur viņiem ir iespēja tieši komunicēt ar mazāk zinošiem indivīdiem, iespējams iegūt daudzpusīgāku viedokli attiecīgajā jautājumā.³⁶

Taču tehniskais eksperts ir speciālists savā jomā, nevis komunikācijā ar auditoriju, tādēļ viņi ir jāapmāca un jāiekļauj lēmumu pieņemšanas lokā, lai viņiem būtu visaptveroša, ne tikai tehniska izpratne par riska jautājumu.

³⁴ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 9. lpp.

³⁵ Boudier, F., (2007), *Tolerability of Risk: A New Framework for Risk Management*. London: Earthscan Publications, Limited, 63. lpp.

³⁶ Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers, 205. lpp.

Treškārt, tehniskie eksperti jānodrošina ar nepieciešamo apmācību un viņiem jābūt pieejamiem, lai viņi aktīvi komunicētu par riska jautājumiem savās dzīvesvietās. Ceturtkārt, tehniskie eksperti ir jāizmanto jautājuma vadības procesā, lai darītu uzmanīgus SA speciālistus, kad jautājums sāk sasniegt strīdīgu fāzi.³⁷

Tehniskie eksperti parasti ir pirmie, kas izjūt riska draudus un izprot tos, tādēļ ir svarīgi, lai viņi laikus informētu SA attiecību profesionāļus, kuri atbildīgi par riska komunikāciju. Savukārt SA profesionāļiem jāizmanto ekspertu kompetence un uzticamība, veidojot tiešo auditorijas un ekspertu kontaktu. Tā kā eksperti bieži vien ir viedokļu līderi savā nozarē, auditorija viņiem uzticēsies un riska komunikācija būs izdevusies, pasargājot uzņēmumu no krīzes.

Lai izveidotu piemērotu riska komunikācijas stratēģiju, ir jāizprot pats riska moments. 1. attēlā grafiski attēlots riska problēmas izprašanas veids, virzoties no vienkāršākā uz sarežģīto un, atkarībā no riska problēmas sarežģītības, iesaistītajām auditorijām u.c. (kā attēlots 1. attēlā), iespējams noteikt nepieciešamos pasākumus riska vadībai, uz kuriem balstoties veidot riska komunikāciju.

		Nepieciešama riska līdzsvarošana +iespējamā riska modelēšana	Nepieciešama kompromisu analīze un apspriešana +Riska līdzsvarošana +iespējamā riska modelēšana
		Līdzeklis	Līdzeklis
	Iespējamā riska modelēšana	Kognitīvs/izziņas Novērtējošs	Kognitīvs/izziņas Novērtējošs Normatīvs
	Līdzeklis	Konflikta tips	Konflikta tips
Statistiskā riska analīze	Kognitīvs	Aģentūras personāls	Aģentūras personāls
Līdzeklis	Konflikta tips	Ārējie eksperti	Ārējie eksperti
Aģentūras personāls	Aģentūras personāls Ārējie eksperti	Ieinteresētās puses - Rūpniecība - Tieši ietekmētās	Ieinteresētās puses - Rūpniecība - Tieši ietekmētās

³⁷ Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers, 205. lpp.

		grupas	grupas - Vispārējā auditorija
Dalībnieki	Dalībnieki	Dalībnieki	Dalībnieki
Instrumentāls	Gnozeoloģisks	Pārdomāts	Līdzdalīgs
Saziņas veids	Saziņas veids	Saziņas veids	Saziņas veids
Vienkārša	Sarežģīta	Nenoteikta	Neviennozīmīga
Riska problēma	Riska problēma	Riska problēma	Riska problēma

1. att. Riska vadīšanas ķēde

Riska vadības eskalators un ieinteresēto pušu iesaistīšanās (no vienkāršiem caur sarežģītām un neskaidrām līdz neviennozīmīgām parādībām).³⁸

1. attēlā Riska vadīšanas ķēde, parādīts, ka, pirmkārt, ir jānosaka riska problēmas sarežģītība, lai varētu izveidot nepieciešamo komunikācijas ceļu. Izprotot problēmas sarežģītību, vieglāk noteikt komunikācijā iesaistītās auditorijas, to reakcijas un nepieciešamo komunikācijas veidu, kam piemērot riska komunikācijas saturu.

2. 3. Riska komunikācijas saturs

Riska komunikācijas saturu nosaka tas, cik sarežģīts ir pats riska moments un kādam nolūkam auditorija to izmantos komunikatoru sniegto informāciju.

Sabiedrība var būt vienaldzīga pret organizācijas riska komunikāciju vai dažādu iemeslu dēļ ļaudis var kļūt vardarbīgi. Riska komunikācija bieži vien prasa divu šķietami pretēju mērķu līdzsvaru. Pirmkārt, riska komunikācijai jāizraisa auditorijā pietiekami lielas bailes, lai motivētu cilvēkus rīkoties. Otrkārt, riska komunikācija cenšas nepieļaut paniku un/vai vardarbību to cilvēku vidū, kas sastopas ar apkārtējās vides un/vai tehnoloģiskiem riskiem.³⁹

Lai sasniegtu nepieciešamo rezultātu – informētas auditorijas rīcību, kas nebūtu paniska un nekontrolējama, komunikācijas sniedzējiem jāņem vērā auditorijas zināšanas riska jautājumā un auditorijas konkrētas informatīvas vajadzības. Komunikācijas sniedzējiem jāizvērtē, cik detalizēta informācija auditorijai nepieciešama, lai neradītu lieku sajukumu informācijas pārbagātības rezultātā, vai neizsauktu auditorijas neapmierinātību, ja tā domās, ka komunikācijas sniedzējiem ir kas slēpjams un informācija nav pietiekama.

³⁸ Boudier, F., (2007), *Tolerability of Risk: A New Framework for Risk Management*. London: Earthscan Publications, Limited, 61. lpp.

³⁹ Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers, 209., 210. lpp.

Dažreiz saņēmējiem vienkārši vajag uzticamu ekspertu, kas pateiktu, ko viņiem darīt. Citreiz viņi vēlas paši pieņemt lēmumus, bet šim nolūkam viņiem ir vajadzīgas kvantitatīvas detaļas (kā iespējas vai cenas). Vēl citreiz viņiem nepieciešama palīdzība, lai sakārtotu domāšanu.⁴⁰

Komunikācijas sniedzējam ir jāreķinās ar auditorijas vajadzībām un komunikācija jāveido balstoties uz tām. Piemēram, ja auditorija pati vēlas izdarīt izvēli, nevajadzētu komunikāciju veidot no ziņojumiem, kuros izvēle jau izdarīta un ieteikts piemērotākais variants, taču, ja auditorija nav pietiekami kompetenta, vai tai trūkst nepieciešamā laika, komunikācijai jābūt precīzai un ļoti konkrētai.

Īsumā aplūkosim katru situāciju.

Padoms un atbildes. Nosvērtiem cilvēkiem, kuri gaida padomu, ko darīt, vajadzīgi precīzi formulēti norādījumi, apkopojot secinājumus, kurus viņi paši izdarītu, ja būtu pietiekami daudz laika un zināšanu. Nav grūti iedomāties, ka reizēm ir vajadzīgs uzticama ārsta, jurista, apdrošināšanas aģenta vai investīciju konsultanta padoms, lai aiztaupītu mums liekas detaļas un ieteiktu, ko darīt.⁴¹

Komunikācijas sniedzējam ir jāapzinās, ka auditorija var sastāvēt no cilvēku masām, ne tikai no pāris dalībniekiem, tādēļ nododamie ziņojumi jāveido tā, lai auditorijas mērķis tiktu sasniegts.

Kad tādu pašu padomu sniedz daudziem cilvēkiem, tiem visiem jābūt ar līdzīgiem mērķiem, kuru sasniegšanā eksperti pūlas viņiem palīdzēt. Respektīvi, padomam jāatspoguļo vislabākās pieejamās tehniskās zināšanas, kuras tiek pielietotas normatīvi attaisnojamā veidā. Eksperti nedrīkst būt ieinteresēti auditorijas uzvedībā, izņemot vēlēšanos palīdzēt viņiem rīkoties viņu pašu interesēs.⁴²

Komunikācijas sniedzējiem jāuzņemas atbildība par auditorijas iespējamo rīcību riska situācijā, tādēļ komunikācijai jābūt orientētai uz auditorijas mērķu sasniegšanu.

Atbildīgi ieteikumi palīdz saņēmējiem saprast, kā viņu izvēli veido sociāli spēki un kā papildu opciju veidošana var radīt kolektīvas, gan individuālas izvēles tiesības. Riska komunikācijas uzdevums ir palīdzēt cilvēkiem veidot jaunas izvēles tiesības sev pašiem un veicināt jēgpilnas publiskās debates.⁴³

Saņemot konkrētus padomus un atbildes uz sev interesējošiem jautājumiem, auditorija bieži paļaujas uz ekspertu izteikto viedokli. Taču, ja auditorija ir kompetenta riska jautājumā un tai ir pietiekami daudz laika iedziļināties, tās mērķis var būt pieņemt patstāvīgus lēmumus.

⁴⁰ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 5. lpp.

⁴¹ Turpat, 5. lpp.

⁴² Turpat, 5. lpp.

⁴³ Turpat, 5. lpp.

Daudzums. Cilvēki paši grib izdarīt izvēli. Vairāk kā instrukcijas, kas nosaka, kā izvēlēties, viņi grib ekspertu slēdzienu apkopojumu.⁴⁴

Tā vietā, lai pilnība pakļautos ekspertu norādījumiem, auditorija ir gatava un spējīga izdarīt pati savu izvēli. Tādēļ tai nepieciešami skaitļi, fakti un alternatīvas iespējas, ar kurām salīdzināt.

Pēc šādas informācijas saņemšanas viņi var iekļaut šīs vērtības savā personīgajā lēmumu pieņemšanas modelī un izdarīt izvēli, kam būs vislielākā jēga viņu personīgajā situācijā. Lai apkalpotu šo procesu, komunikācijas sniedzējiem jāanalizē lēmumi, ar kādiem jāsaskaras viņu auditorijai, un tad jānosaka būtiskākā informācija. Pieņēmums, ka sekojošais novērtējums varētu būt ticams un saprotams, varētu samazināt cilvēkiem nepieciešamo kompetenci līdz nelielam daudzumam (vai amplitūdai) labi izvēlētu viedokļu.⁴⁵

Komunikācijas devējiem, esot kompetentākiem, ir pareizi jāatlasa iespējamās alternatīvas, kuras auditorijai piedāvāt, lai tā varētu izdarīt izvēli.

Procesi un struktūra. Dažos gadījumos cilvēkiem nepieciešams zināt vairāk kā tikai dažus skaitļus. Viņiem nepieciešams saprast, kā risks rodas un kā to var kontrolēt. Šāda informācija ļauj viņiem uzraudzīt savu vidi, identificēt riskantas situācijas un izvēlēties atbilstošas reakcijas. Riska komunikācija, kas nodrošina šādu informāciju, uzskata, ka tās auditorija ir motivēta iegūt šo izpratni un ieguldīt pūles, lai to saņemtu (gadījumos, kad viņi tic, ka pūles tiks atlīdzinātas).⁴⁶

Šajā gadījumā auditorijai jābūt pieredzei konkrētajā vai arī laikam, kas nepieciešams, lai izanalizētu un saprastu komunikācijas sniedzēju ziņojumus.

Komunikācija, kas nodrošina šādu plašu izpratni saskaras ar milzīgu izvēles problēmu, jo var darīt zināmu jebkuru faktu, kam ir arī apstrīdama saistība ar risku.⁴⁷

Tādēļ komunikācijas sniedzējiem ir kompetenti jāizvērtē, vai sniegtie ziņojumi auditorijai noderēs vides un iespējamo riska faktoru tajā identificēšanai, lai tā netiktu maldināta ar pārāk pretrunīgām un nepamatotām iespējām.

Lai izvērtētu auditorijas vajadzības un izstrādātu tām atbilstošu riska komunikācijas plānu, komunikācijas sniedzējiem ir jāizprot pati auditorija, kas, parasti, nav vienots veselums, bet tiek dalīta dažādās auditorijās.

⁴⁴ Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press, 6. lpp.

⁴⁵ Turpat, 6. lpp.

⁴⁶ Turpat, 6. lpp.

⁴⁷ Turpat, 6. lpp.

2. 4. Komunikācijas auditorijas

Efektīvam krīzes vadības plānam ir jāsadala tā auditorija, kas ir noteicošais tālākā plāna izstrādē.

Kaut gan riska komunikācija nozīmē svarīgāku lomu riska profesionāļiem, lai sniegtu informāciju auditorijai nevis otrādi, saskaņā ar 2. 2. punktā formulētajām prasībām trešajai fāzei, riska komunikācija jāuzskata par savstarpēju mācīšanās procesu. Jautājumiem, uztverei un uz pieredzi pamatotām zināšanām par mērķa auditoriju vai auditorijām jābūt riska profesionāļu vadlīnijām tēmu un sarunas priekšmetu izvēlē: tas nav komunikācijas sniedzēju uzdevums izlemt, ko cilvēkiem nepieciešams zināt, bet gan atbildēt uz jautājumiem, kurus cilvēki grib zināt.⁴⁸

Galvenā publika var tikt iedalīta četrās galvenajās auditorijās, trijām no tām ir tieša ietekme uz krīzes vadības plānu. Publika parasti sastāv no *pašu auditorijas (self)* (iekšējā auditorija, kas koncentrējas uz ētisku un godīgu attieksmi pret situāciju no sabiedrisko attiecību speciālistu puses), *iekšējās auditorijas (internal public)* (saistīta ar organizācijas struktūru no augšas līdz apakšai), *administratīvās auditorijas (administrative public)* (augstākā līmeņa korporatīvie vadītāji) un *ārējās auditorijas (external public)* (kas tiek tālāk iedalīta primārajā un sekundārajā auditorijā atkarībā no ietekmes). Pašu auditorija pārstāv saikni starp prasībām, kas izvirzītas organizācijas sabiedriskajām attiecībām un augstākā līmeņa vadību. Administratīvā auditorija ir tie indivīdi, kas plānos un arī izpildīs krīzes vadības plānu. Iekšējā auditorija tiek identificēta kā *sabiedrība, kas iejaucas*, kas ietekmē ne tikai plānu kopumā, bet arī dažādo ārējo un administratīvo auditoriju. Iekšējā auditorija ir tie, kurus skar krīze un kuriem ne tikai jāizpilda dažādie krīzes vadības plāni, bet arī jāizprot „bilde” kopumā. Ārējā auditorija sastāv no tiem cilvēkiem, kuri ir bijuši krīzes komunikācijas mērķis (valdība, biznesa aprindas, mediji, durvju sargi u.c.).⁴⁹

Pamatā tiek izdalītas divas galvenās komunikācijas auditorijas – iekšējā un ārējā. Atšķiras šo auditoriju informētības pakāpe riska jautājumā, kā arī informācijas nodošanas veids.

2. 5. Iekšējā riska komunikācija

Viena no riska komunikācijas auditorijām ir organizācijas darbinieki, jo riski ļoti bieži rodas organizācijas iekšienē.

Precīza un efektīva komunikācija starp darbiniekiem ir būtiska risku identifikācijai un krīžu novēršanai. Darbinieki, kas ir aktīvi ar risku saistītas informācijas veidošanā un sekošanā tai,

⁴⁸ Boudier, F., (2007), *Tolerability of Risk: A New Framework for Risk Management*. London: Earthscan Publications, Limited, 65. lpp.

⁴⁹ Millar, D. P., Heath, R. L., (2004). *Responding to Crisis*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 42. lpp.

iespējams arī darbosies tādā veidā, kas novērš vai pārtrauc krīzes vai potenciālās krīzes. Komunikācijai ir ārkārtīgi svarīga loma risku vadības programmu identificēšanā un realizācijā, kā arī īpašu brīdinājumu un krīžu norādījumu identificēšanā.⁵⁰

Darbinieki jāinformē par riska iespējām, jo tieši viņi ir tie, kuri var informēt sabiedrisko attiecību speciālistus, ja pamana riska veidošanos organizācijā. Tādēļ darbinieki jāinformē ne tikai par rīcību riska novēršanai, bet jāskaidro, ka tieši viņi ir tie, kuri šos riskus var pamanīt un ka viņi var būt pirmie, kuri informē sabiedrisko attiecību speciālistus, lai ārējo auditoriju sasniegtu laicīgi un precīzi riska komunikācijas ziņojumi.

Lai iekšējā komunikācija būtu veiksmīga, ir jāizvēlas katrai situācijai piemēroti iekšējās komunikācijas mediji. Iekšējās komunikācijas mediji ir līdzeklis ģeogrāfiskā izvietojuma un kultūru ziņā atšķirīgu indivīdu izglītošanai un koordinēšanai vienas organizācijas ietvaros, lai nodrošinātu vienotu komandas darbu organizācijas mērķu sasniegšanai.⁵¹

Autors iedala iekšējās komunikācijas mediju četrās kategorijās: interpersonālā komunikācija, drukātie, raidošie un elektroniskie.

Interpersonālā komunikācija

Sociālajā vidē un mediju pārpilnībā visaugstāk kotējas tieša, nepastarpināta komunikācija. Individuālas un grupu tikšanās, sanāksmes galvenajā birojā, kur izpilddirektors sniedz ziņojumu tieši darbinieku auditorijai, dod iespēju iekšējai auditorijai personīgi novērtēt organizācijas ziņojuma ticamību un pilnīgumu.⁵²

Drukātie mediji

Vistradicionālākā iekšējās komunikācijas forma ir drukātie mediji. Šajā kategorijā mēs ierindojam visus drukas darbus, sākot ar apkārtrakstu no administratora biroja, līdz personāldaļas materiāliem – informatīvajām brošūrām un uzņēmuma politikas vadlīnijām, no darbinieku žurnāla līdz oficiālajam gada pārskatam. Kad laiks ir ierobežots, tradicionālie drukātie mediji ir pārāk lēni, lai reaģētu uz iekšējās auditorijas prasībām. Drukātie mediji vislabāk piemēroti statiskas informācijas nogādāšanai (vismaz laika periodā starp divām publikācijām).⁵³

Audiovizuālās programmas un raidošie mediji

Šie mediji ir kļuvuši par nepieciešamību organizācijās ar lielu, ģeogrāfiski izkaisītu darbinieku kolektīvu, kurā augstu vērtē vienlaicīgu informācijas pasniegšanu iekšējai

⁵⁰ Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers, 214. lpp.

⁵¹ Gillis, T. L. (2006). *The IABC Handbook of Organizational Communication*. San Francisco: John Willey & Sons, Inc. 257. lpp.

⁵² Gillis, T. L. (2006). *The IABC Handbook of Organizational Communication*. San Francisco: John Willey & Sons, Inc. 263. lpp.

⁵³ Turpat.

auditorijai. Iekšējie raidījumi, mācību video, interaktīvie CD-ROM un DVD ir tikai daži no veidiem, kā organizācijas var sasniegt iekšējo auditoriju.⁵⁴

Elektroniskie mediji

Elektroniskajos medijos var tikt dubultota informācija no intrapersonālās komunikācijas, drukātajiem un raidošajiem medijiem.

Tikšanos klātienē var atdarināt ar tiešsaistes video tehnoloģijas palīdzību un tērzētavu sarunu tūlītējo efektu.

Vispopulārākais elektroniskais medijs – e-pasts ir tūlītējs medijs, tas ir viegli izplatāms un faktiski bezmaksas (izņemot laiku, kas vajadzīgs ziņojuma izveidei un izplatīšanas sarakstus).

E-pastam ir arī trūkums: to uztver kā nepastāvīgu un neformālu.

E-pasts ir piemērots kārtējās informācijas nosūtīšanai, informācijas pārraidīšanai lielām ļaužu grupām vienlaicīgi.

Intranets nodrošina kontrolētu mediju ar grafiskajām un skaņas iespējām, kas ir vēl viens tūlītējas iekšējās komunikācijas līdzeklis. Tā kā intranets pieder organizācijai, kas to uztur, darbiniekiem ir zināma drošība, apspriežot organizācijas jautājumus.

Citas tīmekļa iespējas organizācijas jautājumu individuālai apspriešanai ir tērzētavas, tīmekļa žurnāli un sarakstserveri.

Lai arī elektroniskos medijus galalietotāja kontroles dēļ bieži apzīmē kā bezpersoniskus, tos var raksturot arī kā personiskus medijus, ja tos izmanto ģeogrāfiski atšķirīgu kopumu apvienošanai reālā diskusijā par organizācijas jautājumiem.⁵⁵

Lai nodrošinātu veiksmīgu informācijas apriti uzņēmumā ir jāizmanto katra medija sniegtās priekšrocības un jāizvēlas attiecīgajai situācijai atbilstošākais, ņemto vērā to pārraidīšanas ātrumu, kvalitāti un sociālo nozīmi kolektīvā.

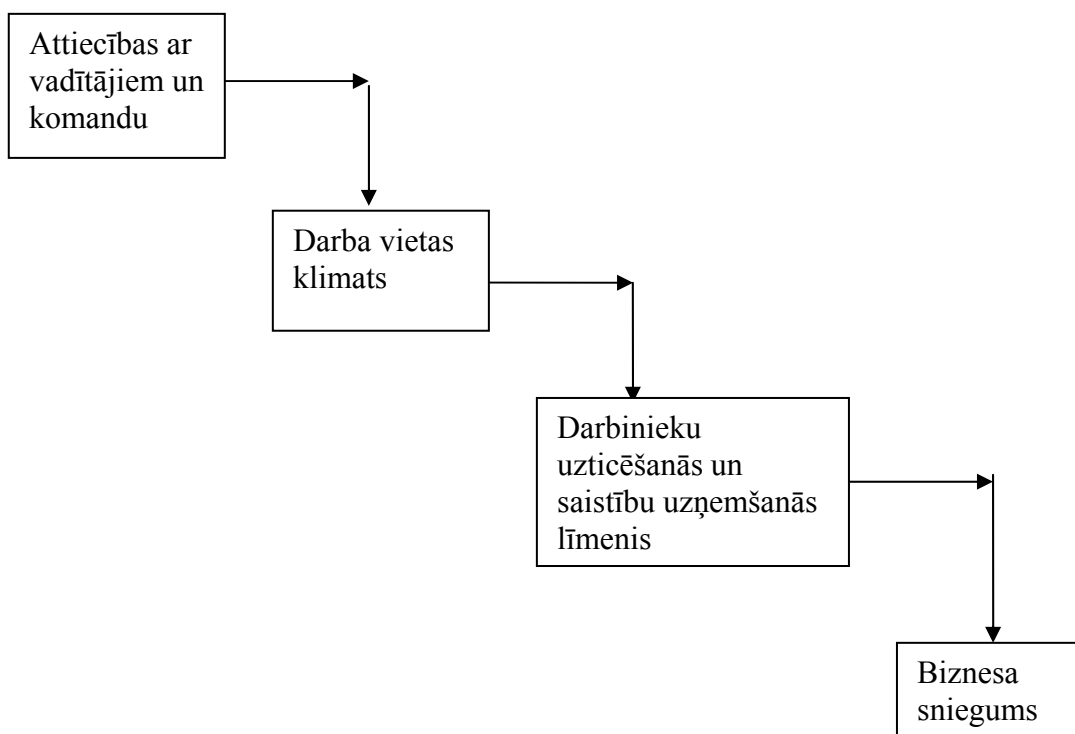
Iekšējā komunikācija nodrošina ne tikai darbinieku savstarpēju informācijas apmaiņu, bet arī nodrošina nepieciešamās informācijas plūsmu līdz ārējām auditorijām.

Pastāv tieša saikne starp vadības uzvedību, darbinieku jūtām pret organizāciju un organizācijas panākumiem. Darbinieki, kas jūt, ka organizācija (respektīvi, viņu vadītājs) pret viņiem labi izturas, visticamāk, labāk apkalpos klientu; tas nozīmē, ka klients varētu iztērēt vairāk naudas un atgriezties vēl.⁵⁶

⁵⁴ Gillis, T. L. (2006). *The IABC Handbook of Organizational Communication*. San Francisco: John Willey & Sons, Inc. 264. lpp.

⁵⁵ Turpat, 265. lpp.

⁵⁶ Turpat, 216. lpp.



2. att. Attiecības darbā un biznesa sniegums.

2. attēlā grafiski attēlota darbinieku-klientu-peļņas ķēde. Bieži vien biznesam svarīgus lēmumus pieņem nevis vadītāji, bet darbinieki, kuri ikdienā saskaras ar klientiem. Lai darbinieki būtu ieinteresēti pieņemt organizācijai izdevīgus lēmumus sadarbībā ar klientu, vadītājam ir jāņem vērā trīs lietas:

- Attiecību nozīmīgums un to ietekme uz klimatu darba vietā, darbinieku uzticēšanās, un turpmākā ietekme uz biznesa sniegumu
- Kas veido stipras darba attiecības
- Kā veicināt darba attiecības⁵⁷

Izprotot šo saikni, vadība var nodrošināt organizācijas interesēm atbilstošu ārējo riska komunikāciju.

2. 6. Ārējā riska komunikācija

Veiksmīga iekšējā riska komunikācija var nodrošināt laicīgu un precīzu risku novērtēšanu. Taču ārējās auditorijas reakciju ne vienmēr iespējams pamanīt laikus. Līdz ar to, sabiedrisko attiecību speciālistiem jāvelta pietiekami liela uzmanība ne tikai riska ziņojumu izplatīšanai, bet ārējās auditorijas pētīšanai.

⁵⁷ Gillis, T. L. (2006). *The IABC Handbook of Organizational Communication*. San Francisco: John Willey & Sons, Inc. 217. lpp.

Kaut gan ir nepieciešami efektīvas krīzes komunikācijas „noteikumi”, tie prasa konteksta izpratni un situācijas analīzi. Kad pilsoņi kļūst, piemēram, dusmīgi vai naidīgi, sabiedrisko attiecību speciālistiem uzsvars no tehniskas ziņojumu veidošanas jāpārvieto uz situācijas analīzi. Retoriskais uzsvars dod iespēju riska komunikācijas sniedzējiem identificēt šķēršļus konkrētajā situācijā un attiecīgi pieskaņot ziņojumu. Rezultātā veidojas ziņojums, kas ir labāk piemērots auditorijas vajadzībām. Šīs retoriskās perspektīvas galīgais mērķis ir nodrošināt sabiedrisko attiecību speciālistiem pilnveidotu izpratni par veidiem, kādā riska komunikācija var kļūt neadekvāta un komunikācijas izvēles, kas ir pieejamas, lai darbotos ar šīm grūtībām vai izvairītos no tām.⁵⁸

Sekojoši līdz auditorijas reakcijas izmaiņām riska komunikācijas ziņojumus var pielāgot attiecīgajai situācijai, lai veicinātu komunikācijas sniedzējam nepieciešamo auditorijas reakciju.

2. 7. Riska komunikācijas nozīme krīzes komunikācijā

Veiksmīga riska komunikācija bieži vien ļauj organizācijai izvairīties no krīzes komunikācijas nepieciešamības. Reizēm tā tiek pielīdzināta krīzes komunikācijas sagatavošanās fāzei, taču, ņemto vērā to, ka riska komunikācija ir ilglaicīgs un plānots process, vērtējos auditorijas vajadzības, riska komunikācija tiek atdalīta no krīzes komunikācijas.

Krīze un risks tiek nodalīti tādēļ, ka risks tiek uzskatīts par dabisku dzīves sastāvdaļu, turpretī no krīzes bieži vien var izvairīties. Jāsaprot, ka krīze un risks ir savstarpēji saistīti-vāja risku vadība var izraisīt krīzi.⁵⁹

Riska komunikācija ir cieši saistīta ar pirmskrīzes posmiem, kad savlaicīga informācija par risku var samazināt zaudējumus, un pēckrīzes posmiem, kad piesardzības normās un praksē nostiprinās jauni riska izpratnes jēdzieni.

Pirmskrīzes komunikācija, kas balstīta uz kontaktiem ar vietējo sabiedrību un virzīta uz komunikācijas infrastruktūru, var palīdzēt pilnvardevējiem izprast krīzes riskus un attiecīgi sagatavoties. Tie sabiedrisko attiecību praktiķi, kas uzsāk rūpīgi sagatavotu riska komunikācijas programmu, atrodas labās pozīcijās, lai izvairītos no daudzām krīzēm, bet, gadījumos, kad tas nav iespējams, vadītu krīzes ietekmi.⁶⁰

Riska komunikācija aplūko riska elementus, vai tie ir pienācīgi paciešami, un riska sekas. Riska komunikācija tiek definēta kā informācijas apmaiņa starp ieinteresētajām pusēm par

⁵⁸ Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers, 215., 216. lpp.

⁵⁹ Ulmer, R. K., Sellnow, T. L., Seeger, M. W., (2007). *Effective Crisis Communication*. California: SAGE Publications, 8. lpp.

⁶⁰ Heath, R. L. (*Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc. 157. lpp.

riska dabu, lielumu, nozīmīgumu un tā kontroli. Riska komunikācija agrīnajās stadijās visciešāk ir saistīta ar riska sajūtu un draudu novērtējumu.

Riska komunikācijai ir svarīga saistība ar krīzes vadību, veidojot atbilstošu pirmskrīzes uztveri un izpratni, ieaudzinot piesardzības normas, kā arī radot pozitīvas ieinteresēto pušu attiecības.⁶¹

Krīzes komunikācija ietver ziņojumu nosūtīšanu un saņemšanu lai novērstu vai mazinātu krīzes negatīvo ietekmi un tādējādi pasargātu organizāciju, ieinteresētās puses vai nozari no zaudējumiem. Kā tāda, tā ir augstāka krīzes vadības līmeņa daļa. Ārkārtēja rakstura publiska informācija, kas visbiežāk tiek saistīta ar dabas katastrofām, ir paredzēta, lai aizsargātu veselību, drošību un apkārtējo vidi, informējot par to auditoriju, un atjaunotu auditorijas uzticību organizācijas spējai vadīt incidentu.

Riska komunikācija piedāvā auditorijai informāciju, lai tā varētu izvēlēties starp vairākām līdzīgām alternatīvām, vai izvērtēt ieguvumu nozīmību pret iespējamo risku, taču krīzes komunikācija jāizmanto, kad noticis kaut kas, kas organizācijai varētu radīt zaudējumus, lai uzturētu auditorijas uzticību.⁶²

Atbilstoša riska komunikācija var palīdzēt ieinteresēto pušu pozitīvu attiecību veidošanā, kas vēlāk var kļūt par krīzes atrisināšanas spēku.

Riska komunikācija ir cieši saistīta ar krīzes uztveri un attiecīgu pirmskrīzes stadijas piesardzības normu un plānu veidošanu. Neadekvāta pirmskrīzes komunikācija palielina varbūtību, ka krīze būs pārsteigums, ka piesardzības normas būs neadekvātas un tiks nodarīti ievērojami zaudējumi.⁶³

Viena no principiālajām atšķirībām starp riska komunikāciju un krīzes komunikāciju skar to izcelsmi. Krīzes komunikācija tipiski asociējas ar sabiedriskajām attiecībām un pamatojas uz centieniem vadīt kādu notikumu auditorijas uztverē tādā veidā, lai samazinātu kaitējumu gan organizācijai, gan īpašniekiem.

Riska komunikācijai un krīzes komunikācijai var izdalīt vairākus līmeņus. Dažas no šīm atšķirībām ir parādītas 3. attēlā. Kaut gan atsevišķas jomas pārklājas, principiālās atšķirības ietver faktu, ka krīzes komunikācija ziņo par jau notikušu faktu, turpretī riska komunikācija projicē to, kas varētu notikt. Riska komunikācija sliecas koncentrēties uz lietām rūpīgi plānotu mediju kampaņu ietvaros, krīzes komunikācija ir spontāna un koncentrējas uz vienu pārstāvi.

⁶¹Heath, R. L. (*Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc. 157. lpp.

⁶²Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers, 202. lpp.

⁶³Heath, R. L. (*Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks: Sage Publications, Inc. 158. lpp.

Riska komunikācija	Krīzes komunikācija
Centrēta uz risku- projicē iespējamo postījumu kaut kad nākotnē	Centrēta uz notikumu- ir noticis konkrēts incidents, kas radījis zaudējumus
Ziņojumi par iespējamām negatīvām sekām un to samazināšanu	Ziņojumi par pašreizējo situāciju vai apstākļiem- apmēri, neatliekamība, kontrole/novēršana, cēlonis, vaina, sekas
Pamatojas uz pašreiz zināmo	Pamatojas uz zināmo un uz nezināmo
Ilgtermiņa (pirmskrīzes)	Īstermiņa (krīzes)
Ziņojuma sagatavošana (piem., kampaņas)	Īsāka sagatavošanās (piem., reakcijas)
Tehniskie eksperti, zinātnieki	Varas pārstāvji, neatliekamās palīdzības dienestu vadītāji, tehniskie eksperti
Ar starpniekiem; reklāmas, sludinājumi, brošūras, pamfleti	Ar starpniekiem; preses konferences, paziņojumi preseī, runas, interneta vietnes
Kontrolēta un strukturizēta	Spontāna un reaģējoša

3. att. Riska komunikācijas un krīzes komunikācijas atšķirīgās pazīmes.⁶⁴

Riska komunikācijai ir ilgs sagatavošanās posms, līdz ar to tā sniedz auditorijai precīzāku informāciju, skaitļus, faktus un viedokļus. Krīzes komunikācija izmanto zināmo informāciju, kā arī prognozes, kuras sagatavotas, izmantojot ļoti īsā laikā iegūto informāciju.

Riska komunikācijai nepieciešama ilgstošāka izpēte un pārbaudīti, līdz ar to komunicēšanas posms ir pastāvīgāks – tas ietverts SA ikdienas darbībās gan komunicējot ar klientiem, gan darbiniekiem. Jāņem vērā, ka SA darbības vērstas uz to, lai auditorija pieņemtu organizācijas intereses un atzītu organizācijas darbības. Tas īpaši nozīmīgi ir riska momentos, tādēļ riska komunikācija ir jāiekļauj SA ikdienas praksē, iesaistot tajā tehniskos ekspertus un darbiniekus, kuri bieži vien ir pirmie, kas komunicē ar klientiem riska momentos.

⁶⁴ Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers, 203. lpp.

3. Metodoloģija

Lai izpētītu izvēlētās organizācijas - „AirBaltic” – riska komunikāciju vairākās auditorijās, darba gaitā tika izmantota dziļā intervija, aptauja un kontentanalīze.

Dziļā intervija tika veikta ar „AirBaltic” komunikācijas vadītāju, lai noskaidrotu, kādi riska momenti ir konstatēti organizācijas ietvaros un kā par tiem tiek komunicēts ar iesaistītajām auditorijām. Kā arī, ņemto vērā organizācijas specifiku, avio pakalpojumu sniegšanu, dziļā intervija tika veikta ar stjuartu apmācību vadītāju, lai noskaidrotu, kā stjuarti tiek apmācīti sniegt klientiem riska komunikācijas informāciju.

Aptauja tika veikta klientu vidū, lai noskaidrotu, kāds ir viņu vērtējums par „airBaltic” riska komunikāciju.

Kontentanalīze tika veikta, lai noskaidrotu, kādus riskus un kādā veidā organizācija komunicē klientiem līguma slēgšanas (biļetes iegādes) brīdī un, lai analizētu riska komunikācijas fāzes „airBaltic” stjuartu drošības instrukcijā pasažieriem lidojuma sākumā, Kontentanalīze tiks veikta „AirBaltic” pārvadāšanas un cenu noteikumos un drošības instrukcijas standarta tekstā.

3.1. Dziļā intervija

Intervija ir „saruna starp pētnieku (kāds, kurš vēlas ievākt informāciju par kādu subjektu) un informatoru (kādu, kuram iespējams ir informācija par interesējošo jautājumu).”

Intervijas tiek iedalītas četros veidos:

- neformālās intervijas- notiek neorganizēti, informators ir anonīms, pētnieku interesē informācijas saturs, nevis avots.
- nestrukturētās intervijas- pētnieks koncentrējas uz informācijas iegūšanu, bet viņam vai viņai ir relatīvi maza kontrole pār informācijas atbildēm.
- daļēji strukturētās intervijas- pētniekam parasti ir jautājumu saraksts, kurus viņš uzdod informatoram.
- strukturētās intervijas- pētnieks izmanto intervijas grafiku- specifisku instrukciju kopumu, kas virza diskusijas norisi.⁶⁵

SA un mārketinga komunikāciju pētījumos dziļās intervijas ir noderīga datu vākšanas forma, jo tā ļauj atklāt dažādu ieinteresēto pušu un auditoriju perspektīvas un izpratnes. Mērķi un struktūras pakāpi aptver viena persona, pētnieks, kurš organizē interviju tādā veidā, lai aptvertu savu interešu loku un kurš virza diskusiju vēlamajā virzienā, uzdodot jautājumus.⁶⁶

⁶⁵ Berger, A. A. (2002). *Media and communication research methods. An introduction to qualitative and quantitative approaches*, 111.-112. lpp

⁶⁶ Daymon, Ch., Holloway, I. (2004). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing communications*. London; New York: Routledge, 166. lpp

Dziļās intervijas vērtība ir faktā, ka pētniekam ir iespējas ietekmēt informācijas gaitu, mainīt un uzdot papildus jautājumus, ja sarunas gaitā parādās interesanti fakti. Intervējamais spēj dziļāk pievērsties jautājumam, apdomāt savu atbildi. Pētnieks seko līdz domu gaitai, atklājot katra vārda un frāzes nozīmi nekavējoties.

Cits dziļās intervijas labums ir, ka dati tiek vākti ir ietverti to sociālajā kontekstā, t.i. intervējamais sniedz atbildes no subjektīvā viedokļa. Pētnieks var pievērst uzmanību arī izteiksmes formām, valodas lietojuma stilam, iepriekšējai pieredzei u. tml.⁶⁷

3.2. Kontentanalīze

Kontentanalīze ir dokumentu un tekstu analīze veids, kas saturu sistematizē iepriekš noteiktās kategorijās, kuras var tikt izmantotas atkārtoti.⁶⁸

Kontentanalīze samazina teksta kompleksumu. Sistemātiska teksta vienību klasifikācija un uzskaitē samazina lielu teksta apjomu īsā dažu tā pazīmju aprakstā. Var tikt izcelti divi kontentanalīzes pamatuzdevumi, atspoguļojot starpniecības trīskāršo dabu: simbols reprezentē vidi; šo reprezentāciju izpauž avots un tā attiecas uz auditoriju. Rekonstrējot reprezentāciju, kontentanalīze secina konteksta izpausmi un attieksmi. Fokusējoties uz avotu, teksts ir izpausmes medijs. Avots un auditorija ir konteksts un secinājumu fokuss. Teksts ir rakstošas sabiedrības reprezentācija un izpausme. No šāda aspekta, kontentanalīzes rezultāti ir atkarīgais mainīgais, tas, kas ir jāskaidro. Izskaidrojamais teksts satur pasākumu aprakstus, skaitliskas vērtības, noteikumus un normas, izklaidi un fiksē konfliktus un strīdus. Kontentanalīze dod iespēju konstruēt pasaules uzskatu, vērtību, attieksmju, viedokļu, aizspriedumu un stereotipu indikatorus un salīdzināt tos starp sabiedrībām.⁶⁹

3.3. Aptauja

Aptauja ir informācijas vākšanas metode, kas tiek izmantota, lai aprakstītu, salīdzinātu vai skaidrotu individuālas un sociālas zināšanas, sajūtas, vērtības un uzvedību.⁷⁰

Viens no aptaujas veidiem ir aptauja, kas respondentam jāaizpilda pašam, bez intervētāja klātbūtnes.

Aptaujas, kuras respondenti aizpilda paši ir viens no galvenajiem instrumentiem sociālos pētījumos līdzās intervijai.

Tā kā šāda veida aptauju aizpildīšanas laikā nav klāt pētnieka, aptaujai ir jābūt viegli izprotamai un jautājumiem - viegli atbildamiem.

⁶⁷ Daymon, Ch., Holloway, I. (2004). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing communications*. London; New York: Routledge, 167. lpp

⁶⁸ Bryman, A. (2004). *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press, 342. lpp

⁶⁹ Bauer, M. W., Gaskell, G., (2000). *Quantitative researching*. London: SAGE Publications, 133. lpp.

⁷⁰ Fink, A. (2006). *How to conduct surveys*. New Dehli: SAGE Publications, 1. lpp.

Tā rezultātā aptaujām, salīdzinot ar interviju jābūt;

- Ar mazāk atvērtajiem jautājumiem, jo uz slēgtajiem ir vieglāk atbildēt;
- To dizainam jābūt viegli izsekojamam, lai samazinātu risku, ka respondents neuztvers filtra jautājumus vai netīši izlaidīs kādu no atbildamajiem jautājumiem;

Tām jābūt īsākām kā intervijām, lai respondents nenogurtu un aizpildītu aptauju līdz beigām.⁷¹

Lai noskaidrotu „airBaltic” riska komunikācijas fāzes un izmantotos mediju veidus tika veikta daļēji strukturētā intervija ar „airBaltic” korporatīvās komunikācijas viceprezidentu Jāni Vanagu. Tā kā aviokompānijas riska komunikācijā nozīmīga loma ir stjuartiem, jo bieži vien tieši viņi ir pirmie, kas komunicē ar klientiem riska momentos, tika veikta vēl viena daļēji strukturētā intervija ar borta operāciju vadītāju Ingūnu Andži, lai noskaidrotu vai un kādā veidā stjuarti tiek apmācīti komunicēt ar klientiem un savā starpā riska momentos.

Kontentanalīze tika veikta „airBaltic” noteikumos „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” un „airBaltic” stjuartu drošības instrukcijas pasažieriem lidojuma sākumā standarta tekstā, lai identificētu „airBaltic” izmantotās riska komunikācijas fāzes tajos.

Aptauja, kas respondentam jāaizpilda pašam, bez intervētāja klātbūtnes tika veikta, lai noskaidrotu „airBaltic” klientu viedokli par „airBaltic” realizēto komunikāciju noteikumos „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” un „airBaltic” darbinieku komunikāciju. Aptaujā piedalījās 217 respondenti.

⁷¹ Bryman, A. (2004). *Social Research Methods*. Hampshire: Ashford Colour Press, 133. lpp.

4. „airBaltic” riska komunikācijas analīze

„airBaltic” riska komunikācijas prakse tiks analizēta balstoties uz šī darba 2. 2. nodaļā apskatītajām trīs riska komunikācijas fāzēm un to apakšfāzēm.

Lai izvērtētu „airBaltic” riska komunikācijas praksi tika veiktas intervijas ar „airBaltic” korporatīvās komunikācijas viceprezidentu Jāni Vanagu un borta operāciju vadītāju Ingūnu Andži, kā arī tika veikta kontentanalīze „airBaltic” noteikumos „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” un stjuartu drošības instrukcijas pasažieriem lidojuma sākumā standarta tekstā, lai izdalītu riska komunikācijas fāzes tajos un aptauja „airBaltic” klientu vidū, lai noskaidrotu „airBaltic” riska komunikācijas vērtējumu klientu vidū.

4. 1. Riska komunikācijas fāzes „airBaltic” komunikācijā ar klientiem

Lai noskaidrotu „airBaltic” komunikācijas praksi ar klientiem, tika veikta intervija ar „airBaltic” korporatīvās komunikācijas viceprezidentu Jāni Vanagu, apkopojot un iztirzājot intervijā iegūtos datus (intervijas atšifrējumu skatīt pielikumā nr. 1.), salīdzinot tos ar šī pētījuma analīzes prizmu – septiņām riska komunikācijas fāzēm, tiek secināts, ka Pirmās riska komunikācijas fāzes pirmā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, ir jāsaved kārtībā skaitļi) „airBaltic” praksē tiek realizēta veiksmīgi, jo aviācijā ir ļoti stingri reglamentēta drošība un darbinieku kvalifikācija, tādēļ ar faktiem uz skaitļiem viss ir kārtībā.⁷²

Viens no pastāvīgās riska komunikācijas veidiem ir arī „airBaltic” „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” un „Cenas un noteikumi”. Šajos noteikumos realizēto komunikāciju var pielīdzināt „airBaltic” riska komunikācijas Pirmās riska komunikācijas fāzes 1. apakšfāzei, jo noteikumos tiek vadīti dažādi momenti, kas var izraisīt risku, taču, ja uzņēmums šos noteikumus izstrādā saprotami klientam un klients tos izlasa un akceptē, tas abas puses ietaupa laiku, ja iespējamās neskaidrības ir novērstas tieši šajā komunikācijas posmā.

Pirmās riska komunikācijas fāzes 2. apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāpaziņo viņiem skaitļi) tiek, jo aviācijā ir stingri izstrādāti noteikumi, kā ir jārīkojas riska situācijās. Arī komunikācijā ar klientiem, ja šāda situācija notikusi. Piemēram, lidmašīna ir nolaidusies ar daļēji izlaistiem aizplākšņiem. Šajā situācijā tas ieinteresētajām pusēm arī tiek paziņots.⁷³

Šajā gadījumā, kad tiek paziņots konkrēts fakts, šāds pasniegšanas veids var būt neefektīvs, jo lielāka daļa auditorijas neizprot aviācijas nozares specifiku, līdz ar to nespēj adekvāti interpretēt paziņotos faktus, tādēļ „airBaltic” riska komunikācijā tiek izmantota pirmās riska

⁷² Intervija ar „airBaltic” korporatīvo komunikāciju viceprezidentu Jāni Vanagu. Rīga, 2009, 14. maijs. Pilnu tekstu sk. 1. pielikumā

⁷³ Turpat

komunikācijas fāzes 3. apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem), lai interpretētu un skaidrotu klientiem iegūtos datus. Tā kā lielākā daļa auditorijas nespēj novērtēt risku, kad tiek pateikts tikai fakts, komunikācija tiek turpināta, skaidrojot, ka nolaišanās ar daļēji izlaistiem aizplākšņiem nozīmē, ka lidmašīna veica standarta nosēšanos tikai ar nedaudz lielāku ātrumu.⁷⁴

Šeit tiek skaidrots, kā riskantais process norisinās, lai auditorija varētu veidot savu attieksmi pret to un justies kompetenti.

Lai auditorija spētu vērtēt riska momenta nozīmīgumu, tiek skaidrots, ka arī pagātnē ir bijuši šādi gadījumi, minot konkrētus piemērus un sekas.⁷⁵ Šeit tiek izmantota pirmās riska komunikācijas fāzes 4. apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāparāda viņiem, ka pagātnē viņi ir akceptējuši līdzīgus riskus). Taču ne vienmēr šie argumentu pārliecinās auditoriju, jo, piemēram, ja riska momenta dēļ izmainās kāda reisa ielidošanas grafiks, auditorija var neakceptēt šo risku, jo tas būtiski izmaina viņu tālākos plānus. Tādēļ riska komunikācijas nākamais posms ir Otrās riska komunikācijas fāzes 5. apakšfāze.(Viss, kas mums jādara, jāparāda viņiem, ka tas viņiem ir izdevīgs darījums)

„airBaltic” komunikācijā ar klientiem Otrās riska komunikācijas 5. apakšfāzi realizē, piemēram, gadījumā, ja tiek kavēts nākamais lidojums dēļ tā, ka „airBaltic” lidmašīna gala punktā nenonāca laikā, „airBaltic” parūpējas par maltītēm, dzērieniem, atspirdzinājumiem un nogādā gala punktā tad, kad tas solīts, ja ne – tiek izmaksāta kompensācija.⁷⁶

Šajā fāzē „airBaltic” paskaidro auditorijām vairākas perspektīvas, akceptējot iespējamo risku – tas tiek laikus novērsts un lidojums notiek pēc grafika, vai arī risks tiek novērsts, taču, neiekļaujoties grafikā, bet šajā gadījumā „airBaltic” izmaksā klientam atlīdzību. Šeit risku tiek līdzsvaroti ar ieguvumiem.

Tā kā cilvēki vērtē, ar kādu cieņu pret viņiem izturas komunikācijas sniedzējs serviss ir viena no „airBaltic” pamata prioritātēm⁷⁷, tādējādi īstenojot otrās riska komunikācijas fāzes 6. apakšfāzi (Viss, kas mums jādara, jāizturas pret viņiem jauki)

Lai gan labs serviss (arī komunikācijas serviss) nenodrošina auditorijas pilnīgu izpratni par risku, tas auditorijai sniedz sajūtu, ka tā tiek respektēta un tās vēlmes ņemtas vērā.

Šīs komunikācijas fāzes nodrošina nepieciešamo riska komunikāciju no organizācijas auditorijai, taču, lai veiksmīgi vadītu riska komunikāciju, tajā ir jāiesaista arī auditorija. Tādēļ nākamais riska komunikācijas posms ir Trešās riska komunikācijas fāzes 7. apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāpadara viņus par saviem partneriem).. Šī komunikācijas fāze „airBaltic”

⁷⁴ Intervija ar „airBaltic” korporatīvo komunikāciju viceprezidentu Jāni Vanagu. Rīga, 2009, 14. maijs. Pilnu tekstu sk. 1. pielikumā

⁷⁵ Turpat

⁷⁶ Turpat

⁷⁷ Turpat

netiek realizēta tik veiksmīgi, jo „airBaltic” klientu attiecību departamenta darbību varētu uzlabot. Lai gan tā darbība tiek efektīvizēta, atgriezeniska saite no klientu puses netiek nodrošināta nepieciešamajā kvalitātē.⁷⁸

Lai pārlicinātos par visu pārējo riska komunikācijas fāžu veiksmīgu darbību, pēdējai fāzei ir izšķiroša nozīme, jo, nodrošinot atgriezenisko saiti no auditorijas puses „airBaltic” varēs izvērtēt savas komunikācijas mērķu sasniegto efektu.

–Jāsecina, ka „airBaltic” realizētajā komunikācijā ar klientiem tiek *izietas* visas septiņas riska komunikācijas fāzes, taču pēdējā no tām vēl ir būtiski jāuzlabo, lai varētu sekmīgi veidot divpusēju komunikāciju ar klientiem, jo tieši kvalitatīvas atgriezeniskās saites saņemšana ir riska komunikācijas viens no galvenajiem uzdevumiem.

4. 2. Noteikumu komunikācijā

Balstoties uz 2. 2. nodaļā uzskaitītajām septiņām riska komunikācijas fāzēm, tika veikta kontentanalīze „airBaltic” noteikumos „Cenas un noteikumi” (sk. 2. pielikumu) un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” (sk. 3. pielikumu), lai identificētu riska komunikācijas fāzes tajos.

Cenas un noteikumi

Šajos noteikumos tiek skaidrots, cik procentus no maksas par sniegto pakalpojumu jāmaksā, ja lidojumā līdz dodas bērns vai, ja ir nepieciešamas izmaiņas lidojuma grafikā.

Šie noteikumi var tikt uzskatīti par Pirmās riska komunikācijas fāzes 3. apakšfāzi - mums jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem, akcentējot nepieciešamību sniegt vispārējai auditorijai domāšanu par iespējamo un izglītēt nespeciālistus, lai tie atzītu un akceptētu attiecīgo institūciju riska vadības prakses.

Piemēram, tiek skaidrots, ko nozīmē, ja klients lidojumā dodas ar 2-15 gadus vecu bērnu: „Pavadībā esošs bērns 2-15 gadi; maksa 67% no lidojuma maksas; biļetes kods – pamata lidojuma kods plus CH.”⁷⁹

Taču, jāņem vērā tas, ka „airBaltic” „Cenas un noteikumi” ir angļu valodā, kas, domāta latviešu auditorijai, neizpilda pat pirmo fāzi (mums ir jāsavēd kārtībā skaitļi), jo šie noteikumi nav līdz galam *savesti kārtībā*, ja valodas nezināšana var būt šķērslis, lai tos pieņemtu. Tā kā, lai veiksmīgi realizētu kādu nākamo riska komunikācijas fāzi, pirms tam ir jāīsteno vosas iepriekšējās, nevar apgalvot, ka šajos noteikumos ir īstenota pirmās riska komunikācijas fāzes 3. apakšfāze.

⁷⁸ Intervija ar „airBaltic” korporatīvo komunikāciju viceprezidentu Jāni Vanagu. Rīga, 2009, 14. maijs. Pilnu tekstu sk. 1. pielikumā

⁷⁹ airBaltic Corporation AS „Cenas un noteikumi”. Sk. internetā (2009. 23. 04.) <https://tickets.airbaltic.com/app/fb.fly>, šī bakalaura 2. pielikums

Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi

„airBaltic” „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” sastāv no 20 punktiem.

Pirmajā punktā „Ko konkrēti nozīmē šajos noteikumos lietotie apzīmējumi” tiek skaidroti šajos noteikumos minētie apzīmējumi – izmantota Pirmās riska komunikācijas fāzes 1. apakšfāze (mums ir jāšaved kārtībā skaitļi) – sasistematizēti (*savesti kārtībā*) tālāk „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumos” lietotie apzīmējumi. Piemēram: „”Mēs”, „mūsu”, „mēs paši” un „”mūs” nozīmē airBaltic Corporation AS.”⁸⁰

Pārējos 19 šo noteikumu punktus un to apakšpunktus tiek izmantotas Pirmās riska komunikācijas fāzes 2. (mums jāpaziņo viņiem skaitļi) un 3. (mums jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem) apakšfāzes.

Katra punkta un apakšpunkta nosaukumi paziņo/nosauc (2. fāze) punktā vai apakšpunktā skaidrotos (3. fāze) apzīmējumus. Skaidrojot, ko nozīmē virsrakstos minētais, tiek lietota Pirmās riska komunikācijas fāzes 3. apakšfāze (mums jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem) – tiek skaidrots, ko „airBaltic” saprot ar virsrakstos minētajiem apzīmējumiem – kompānijas un klienta atbildības.

Piemēram, 4. punkta nosaukums „Braukšanas maksa, nodokļi, komisijas un nodevas” uzskaita (nosauc) klientiem saistošos maksājumus, kas ir Pirmās riska komunikācijas fāzes 2. apakšfāze (mums jāpaziņo viņiem skaitļi).

Tālāk 4. 1. apakšpunkta nosaukums „Biļešu cenas” konkretizē/nosauc vienu no 4. punkta nosaukumā minētajām pozīcijām, kas arī ir Pirmās riska komunikācijas fāzes 2. apakšfāze (mums jāpaziņo viņiem skaitļi), jo tiek tikai nosaukta klientam saistošā maksa.

Tāpat arī 8. punkta nosaukums „Bagāža” nosauc punktā tālāk iztīrāto jautājumu, kas ir Pirmās riska komunikācijas fāzes 2. apakšfāze (mums jāpaziņo viņiem skaitļi).

Tālāk 8. 1. apakšpunkta nosaukums „Bagāžas bezmaksas pārvadāšana” izdala vienu konkrētu pozīciju no 8. punkta nosaukumā minētajās, kas arī ir Pirmās riska komunikācijas fāzes 2. apakšfāze (mums jāpaziņo viņiem skaitļi), jo tiek tikai nosaukta pozīcija, kas tiks iztīrāta. Arī 8. 2. punkta nosaukums „Bagāža, par kuru jāpiemaksā” izdala vienu no 8. punkta nosaukumā minētajās, kas arī ir Pirmās riska komunikācijas fāzes 2. (mums jāpaziņo viņiem skaitļi), jo tiek tikai nosaukta pozīcija, kas tiks iztīrāta.

Piemēram, 11. punkta nosaukums „Uzvedība lidmašīnā” nosauc klientiem saistošos noteikumu grupu, kas tiks iztīrāta tālāk šajos noteikumos, kas ir Pirmās riska komunikācijas fāzes 2. apakšfāze (mums jāpaziņo viņiem skaitļi).

⁸⁰ airBaltic Corporation AS „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi”. Sk. Internetā (2009. 23. 04.) http://www.airbaltic.lv/public/pasazieru_un_bagazas_parvadasanas_noteikumi.html, 1. lpp., šī bakalaura darba 3. pielikums

Tālāk 11. 2. punkta nosaukums „Elektroniskās ierīces” nosauc jau konkrētu atbildības sfēru no klientu puses, kas iztirzāta tālāk šī punkta tekstā, kas ir Pirmās riska komunikācijas fāzes 2. apakšfāze (mums jāpaziņo viņiem skaitļi).

4. 1. punkta „Biļešu cenas” skaidrojumā: „Braukšanas maksā ir iekļauta tikai maksa par braucienu no ceļojuma sākuma līdz ceļojuma galamērķa lidostai, ja nav īpaši norādīts citādi. Braukšanas maksā nav iekļauta maksa par sauszemes transporta pakalpojumiem starp lidostām un starp lidostām un pilsētu galapunktiem, ja nav īpaši norādīts citādi. Ja nepastāv cita veida vienošanās, maksa par braucienu tiek aprēķināta saskaņā ar biļetes apmaksas dienā spēkā esošajiem tarifiem uz konkrētu maršrutu norādītajos datumos. Izmaiņas maršrutā vai ceļojuma datumos var izmainīt maksu par braucienu,”⁸¹ tiek izmantota Pirmās riska komunikācijas fāzes 3. apakšfāze (mums jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem), jo tiek skaidrots attiecīgā punkta virsraksts.

8. 1. punkta skaidrojumā: „Saskaņā ar mūsu noteikumiem un ierobežojumiem, kurus mēs vai mūsu autorizētie aģenti izsniedz pēc pieprasījuma, Jūs varat pārvadāt noteiktu bagāžas daudzumu bez maksas,”⁸² tiek izmantota Pirmās riska komunikācijas fāzes 3. apakšfāze (mums jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem), jo tiek skaidrots attiecīgā punkta virsraksts.

Arī 8.2. punkta skaidrojumā: „Jums būs jāpiemaksā par bagāžu, kura pārsniedz bez maksas pārvadāšanai atļauto bagāžas daudzumu. Izcenījumus varat saņemt no mums vai mūsu autorizētajiem aģentiem pēc pieprasījuma,”⁸³ tiek izmantota Pirmās riska komunikācijas fāzes 3. apakšfāze (mums jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem), jo tiek skaidrots attiecīgā punkta virsraksts.

11. 2. punkta skaidrojums: „Drošības apsvērumu dēļ mēs varam aizliegt vai ierobežot elektronisko ierīču lietošanu lidmašīnā, to skaitā, bet neaprobežojoties ar mobilajiem telefoniem, portatīvajiem datoriem, pārnēsājamajiem magnetofoniem, portatīvajiem radioaparātiem, kompaktdisku atskaņotājiem, elektroniskajām spēlēm vai pārraides ierīcēm, to skaitā radio vadāmām rotaļlietām un rācijām. Dzirdes aparātu un elektronisko sirds stimulatoru lietošana ir atļauta,”⁸⁴ tiek izmantota Pirmās riska komunikācijas fāzes 3. apakšfāze (mums jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem), jo tiek skaidrots attiecīgā punkta virsraksts.

Taču, vēl neatveros šos noteikumus „airBaltic” mājas lapā, no klientiem tiek prasīta trešās riska komunikācijas fāzes 7. apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāpadara viņus par saviem


⁸¹ airBaltic Corporation AS „Pasāžieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi”. Sk. Internetā (2009. 23. 04.) http://www.airbaltic.lv/public/pasazieru_un_bagazas_parvadasanas_noteikumi.html, 5. lpp. 3. pielikums

⁸² Turpat, 7. lpp.

⁸³ Turpat

⁸⁴ Turpat, 12. lpp.

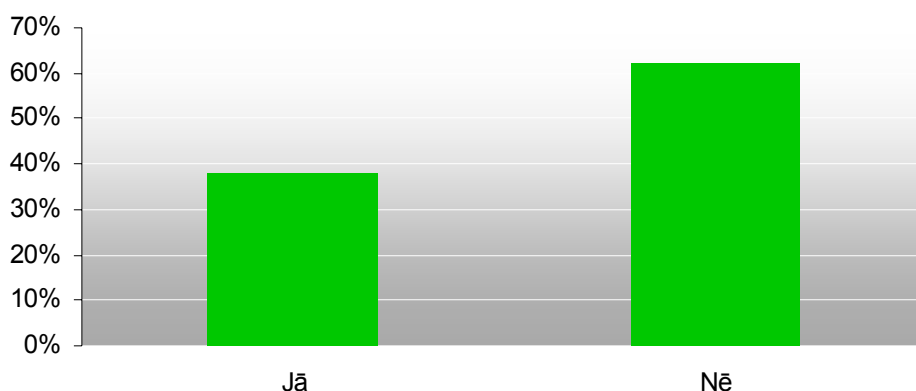
partneriem) (sk. 4. att.). Atzīmējot šos noteikumus kā izlasītus, klients jau sniedz atgriezenisko saiti, neizejot iepriekšējās riska komunikācijas fāzes.⁸⁵

 Esmu izlasījis un akceptēju Cenas noteikumus, noteikumus par visiem papildu pakalpojumiem, kas iegādāti kopā ar lidojuma biļeti, kā arī pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumus. Apstiprinu, ka augstāk norādītā informācija par ceļojuma maršrutu, datumiem, pasažieri(-iem), pasažiera(-u) kontaktinformācija un informācija par maksātāju ir pareiza. Piekrītu noteikumiem, ka atbildīgais par šī ceļojuma izdevumu segšanu un to, lai būtu visi ceļošanai nepieciešamie dokumenti, ir rezervācijā norādītais pasažieris(-i). Ja šie noteikumi tiek pārkāpti airBaltic patur tiesības pieprasīt kompensāciju no pasažiera.

4. att. „airBaltic” riska komunikācija ar klientiem

Iespējams, tieši riska komunikācijas fāžu pēctecības neievērošana, ir iemesls klientu aptaujā gūtajiem secinājumiem (sk. 4. pielikumu), ka lielākā daļa „airBaltic” klientu nav lasījuši šos noteikumus. Zemāk redzamajās tabulās (att. 5. un att. 6.) redzami „airBaltic” klientu aptaujas dati, pēc kuriem var secināt, ka lielākā daļa „airBaltic” klientu nav izlasījuši noteikumus „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi”, tādā veidā diskreditējot trešās riska komunikācijas fāzes 7. apakšfāzi (Viss, kas mums jādara, jāpadara viņus par saviem partneriem), jo, neskatoties uz neatbilstību „airBaltic” norādītajam apgalvojumam „Esmu izlasījis un akceptēju Cenas un noteikumu, noteikumus par visiem papildu pakalpojumiem, kas iegādāti kopā ar lidojuma biļeti, kā arī pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumus. Apstiprinu, ka augstāk norādītā informācija par ceļojuma maršrutu, datumiem, pasažieri(-iem), pasažiera(-u) kontaktinformācija un informācija par maksātāju ir pareiza. Piekrītu noteikumiem, ka atbildīgais par šī ceļojuma izdevumu segšanu un to, lai būtu visi ceļošanai nepieciešamie dokumenti, ir rezervācijā norādītais pasažieris(-i). Ja šie noteikumi tiek pārkāpti airBaltic patur tiesības pieprasīt kompensāciju no pasažiera,”⁸⁶ klientiem ir iespēja to atzīmēt.

Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt "airBaltic" "Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumus"?

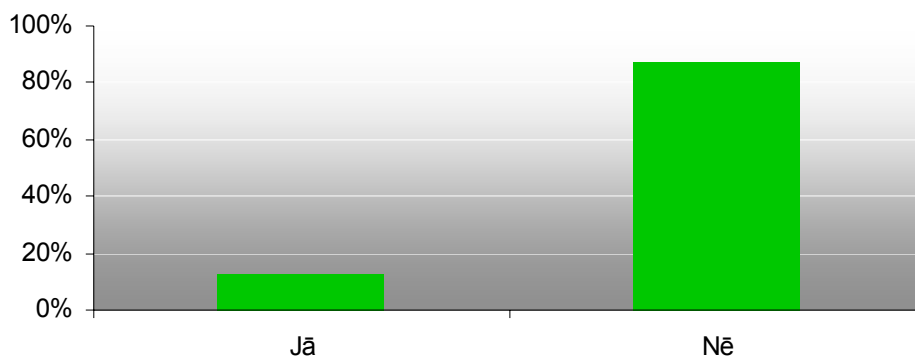


5. att. „airBaltic” klientu aptaujas rezultāti

⁸⁵ airBaltic Corporation AS „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi”. Sk. Internetā (2009. 23. 04.) http://www.airbaltic.lv/public/pasazieru_un_bagazas_parvadasanas_noteikumi.html

⁸⁶ airBaltic Corporation AS. Sk. Internetā (2009. 23. 04.) <https://tickets.airbaltic.com/app/fb.fly>

Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt „airBaltic” „Cenas un noteikumi” , kuros tiek skaidroti noteikumi, ja ceļojumā dodas ar bērnu?



6. att. „airBaltic” klientu aptaujas rezultāti

4. 3. Stjuartu ievadkomunikācijā ar pasažieriem

Viens no „airBaltic” riska komunikācijas veidiem ir stjuartu komunikācija ar pasažieriem lidojuma sākuma, skaidrojot drošības noteikumu.

Šai komunikācijai ir standarti, kas apkopoti stjuartu ievadrunas satura standartā (sk. 5. pielikumu) kuri no aviokompānijas puses var tikt koriģēti tikai uzrunas vietā.

Pirmās riska komunikācijas fāzes pirmā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, ir jāsaved kārtībā skaitļi) tiek nodrošināta, jo uz borta ir nodrošināts viss drošības aprīkojums.

Pirmās riska komunikācijas otrā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāpaziņo viņiem skaitļi) tiek nodrošināta paziņojot, ka lidmašīnā atrodas drošības un glābšanas līdzekļi: „Lūdzam Jūs uzmanīgi noklausīties informāciju par drošības un glābšanas līdzekļiem, kas atrodas lidmašīnā.”⁸⁷

Pirmās riska komunikācijas trešā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem) tiek realizēta, skaidrojot, kā šie drošības līdzekļi ir jālieto:

- Drošības instrukcija atrodas priekšā esošā krēsla kabatā.

Lidmašīnai ir 6 avārijas izejas: 2 atrodas salona priekšējā daļā, 2 vidējā – virs spārniem un 2 aiz mugurējā daļā. Tās apzīmētas ar gaismas zīmēm. Grīdas apgaismojums norāda ceļu līdz tām.

- Gaisa spiediena pazemināšanās gadījumā, automātiski atveras panelis virs jūsu krēsla un izsviež skābekļa maskas. Maskas paraušana nodrošina skābekļa pieplūdi. Šīs maskas ir jāuzliek uz deguna un mutes, lai nodrošinātu normālu elpošanu.
- Jūsu glābšanas veste atrodas zem Jūsu krēsla.

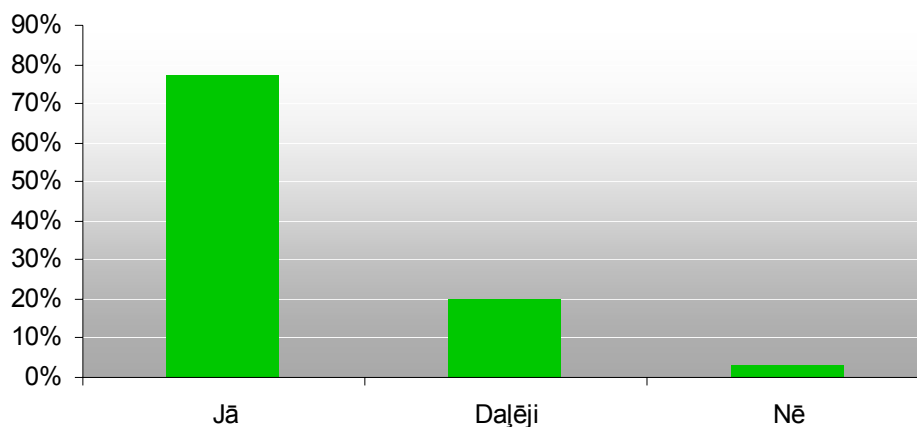
⁸⁷ Stjuartu ievadrunas satura standarts, šī bakalaura darba 5. pielikums

Atgādinām, ka, atrodoties lidmašīnā, mobilajiem telefoniem jābūt izslēgtiem. Portatīvajai elektroaparaturai jābūt izslēgtai lidmašīnas pacelšanās un nosēšanās laikā.⁸⁸

Kā arī visā komunikācijas laikā tiek realizēta Otrās riska komunikācijas fāzes sestā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāizturas pret viņiem jauki), jo tiek ievērota pieklājība un Trešās riska komunikācijas fāzes septītā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāpadara viņus par saviem partneriem), jo lidojuma laikā ir nodrošināta iespēja komunicēt ar stjuartu, kad pasažierim tas nepieciešams.

Ņemot vērā „airBaltic” klientu aptaujas rezultātus (att. 7.), var secināt, ka stjuarta komunikācija ar klientiem ir veiksmīga, jo lielākā daļa „airBaltic” klientu atzinuši, ka darbinieku komunikācija bijusi saprotama. Tātad, sniegtā informācija lidojuma sākumā ir pietiekama un arī pārējā lidojuma laikā stjuarta sniegtā informāciju klientus apmierinājusi.

Vai darbinieku sniegtā informācija bija saprotama?



7. att. “airBaltic” klientu aptaujas rezultāti

4. 4. Riska komunikācijas veidošana

Ņemot vērā aviācijas nozares specifiku, lai izskaidrotu nespeciālistiem riska momentu, komunikācijas veidošanas posmā ir iesaistītas vairākas komandas, taču riska komunikācijas plāns tiek izstrādāts standartizēts visām situācijām. Tikai katrā atsevišķā situācijā notiek konsultēšanās ar konkrētiem ekspertiem. Standartizētajā plānā ir definēts katras komanda uzdevums. Komunikācijas komanda sadarbojas ar datu vākšanas komandu, kas komunikācijas speciālistiem piegādā attiecīgo tehnisko ekspertu sagatavotu informāciju. Standartizētās sistēmas izstrādē notika sadarbība ar tehniskajiem ekspertiem un tika ņemta vērā arī citu aviokompāniju pieredze.⁸⁹

⁸⁸ Stjuarta ievadrunas satura standarts, šī bakalaura darba 5. pielikums

⁸⁹ Intervija ar „airBaltic” korporatīvo komunikāciju viceprezidentu Jāni Vanagu. Rīga, 2009. 14. maijs. Pilnu tekstu sk. 1. pielikumā

Tā kā visbiežāk klientu komunikācija riska momentos notiek ar stjuartiem, tieši stjuartu komunikācijai riska komunikācijas procesā ir liela nozīme.

Inguna Andže skaidro, ka arī stjuartu komunikācija lidojuma laikā tiek veidota, balstoties uz reglamentu, jo aviācija tiek regulēta ar noteiktiem pasaules, Eiropas un Latvijas standartiem. Šajā standartā ir informācija, kas aviokompānijai obligāti jāsniedz pasažieriem katra lidojuma sākumā – tas atšķiras no lidmašīnas tipa un aprīkojuma. Stjuartam ir obligāti jāpasaka, kur ir drošības veste, kur ir izejas u.c.

Pasažieru uzruna un stjuartu pieteikums ir katras aviokompānijas izvēle. Tā ir servisa komunikācijas puse, kas ir aviokompānijas izvēle, bet tehniskās lietas tiek noteiktas standartos un likumos.

Servisa komunikāciju mēs izvēlamies, bet riska komunikācija ir stingri noteikta.⁹⁰

Stjuarti apmācību laikā *iet cauri* dažādiem modeļiem – dūmi lidmašīnā u.c. situācijas. Tur ir izstrādātas gan konkrētas darbības, gan teksti, kas jāsaka stjuartiem.

Pirmās palīdzības apmācība ietver gan reālas traumas, gan arī komunicēšanu ar ļoti satrauktiem pasažieriem. Tiek izrunāts, kādas var būt frāzes, ko stjuartam darīt un kā to izmantot reālajā dzīvē.⁹¹

Taču, pirms kāda konkrēta gadījuma nav iespējams paredzēt pilnīgi visu, kas stjuartam būtu jāzina, lai nodrošinātu veiksmīgu komunikāciju ar pasažieri, tādēļ no stjuartiem pēc riska momentiem tiek sagaidīta arī atgriezeniskā saite. Pēc katra riska momenta tiek rakstīti ziņojumi, kuros arī tiek ietverti ieteikumi vai trūkumi apmācību laikā. Piemēram, apmācībās var no A līdz Z izstāstīt visu, kā ir jārunā un, kas jā dara, ja kādam pasažierim lidojuma laikā kļuvis slikti, taču, kad tas reāli notiek stjuarti var saprast vai apmācībās ir kāda informācija bijusi pārāk vispārīga vai reālajām situācijām neatbilstoša.⁹²

Ņemot vērā aviācijas nozares specifiku, arī komunikācija tiek reglamentēta standartos un tā nav atkarīga tikai no pašas aviokompānijas, taču aviokompānijai ir jātiecas nodrošināt atgriezeniskā saite no auditorijas puses. Atgriezeniska saite no darbinieku puses tiek iegūta veiksmīgāk, līdz ar to tā ir produktīvi izmantojama tālākās komunikācijas veidošanā, taču no klientu puses tai netiek nodrošināts veiksmīgs komunikācijas kanāls, lai viņi varētu sniegt atgriezenisko saiti, kas palīdzētu izprast pareizāko komunikatīvo pieeju ārējai auditorijai.

4. 5. Riska komunikācijas nodrošināšanā

Tā kā stjuarti parasti ir vienīgie no aviokompānijas puses, kas komunicē ar pasažieriem riska momentos, stjuartu apmācības un tajās izmantotie mediju veidi ietekmē

⁹⁰ Intervija ar „airBaltic” borta operāciju vadītāju Ingūnu Andži. Rīga, 2009. maijs. Pilnu tekstu sk. 6. pielikumā

⁹¹ Turpat

⁹² Turpat

riska komunikācijas kvalitāti. Mediju veidi, kas jāizmanto stjuartu apmācībām nav noteikti – katra aviokompānija piemeklē atbilstošākos. Mācības mācām problēmu (iespējamo risku) novērst vēl pirms tā radusies – ja ir cilvēks, kam ir paniskas bailes, fakts tiek konstatēts savlaicīgi un uzmanīts viņa stāvoklis – vai nav nepieciešama kāda palīdzība.

„airBaltic” stjuartu riska komunikācijas apmācībām tiek izmantoti vairāki mediju veidi:

Interpersonālā komunikācija

Tieši šobrīd apmācībās tiek izmantota pasniedzēja – auditorijas komunikācija.⁹³

Arī komunicējot uz borta stjuartu komanda izmanto tieši interpersonālo komunikācijas veidu. Piemēram, vecākais stjuarts var koriģēt stjuartu darbības uz borta, ja viņš redz, ka kaut kas nenotiek kā nepieciešams – arī koriģēt komunikāciju. Komunikāciju māca visiem stjuartiem, bet vecākajam stjuartam ir tiesības to tieši uz borta izvērtēt un koriģēt. Vecākais stjuarts var noteikt katra atbildības, bet komanda strādā kopā, taču, ja kāds konstatē iespējamu problēmu, par to ziņo vecākajam stjuartam un viņš tālāk koordinē risinājumu. Arī komandas savstarpējā komunikācija ir reglamentēta un tiek *trenēta*. Ir izstrādātas procedūras dažādām lidojuma fāzēm – kā kurā situācijā ir jākomunicē komandas starpā.⁹⁴

Auditorijas – pasniedzēja komunikācija tiek kombinēta ar citiem komunikācijas veidiem, piemeklējot atbilstošākos mediju veidus.

Audiovizuālās programmas un raidošie mediji

No šī mediju veida „airBaltic” stjuartu apmācībās tiek izmantotas videofilmas, kurās redzamas vairākas situācijas. Mācību procesā tās tiek analizētas – ko vajadzēja teikt, kā vajadzēja sadarboties. Mācības tiek analizēta arī komandas resursu vadība, kurā tieši analizē nepareizus video materiālā nofilmētus lēmumus, ko analizējot var secināt, kur bija kļūda, kurš lēmums izraisījis šādu situāciju, vai tie bija ārējie faktori, vai cilvēka kļūda, vai nepareizi pateikti vārdi vai pārpratumi.⁹⁵

Mācības iegūtā informācija tiek apkopota un sargrupēta, piemērojot to katrai paredzamajai riska situācijai.

Drukātie mediji

Standarta norādījumi ir ietverti lidmašīnu aprīkojumā, lai tie apkopotā veidā būtu pieejami tieši nepieciešamības gadījumā. Piemēram, ir grāmata, kurā viss teksts ir apkopots un piemērots ļoti daudz dažādām situācijām. Piemēram, kad ir liela turbulence – arī šim gadījumam ir konkrēts teksts, kas stjuartam jāpasaka.

Vai arī, kas un kā jāpasaka pasažieriem, ja tie neievēro neteikumus uz borta.

⁹³ Intervija ar „airBaltic” borta operāciju vadītāju Ingūnu Andži. Rīga, 2009. maijs. Pilnu tekstu sk. 6. pielikumā

⁹⁴ Turpat

⁹⁵ Turpat

Piemēram, ja kāds pasažieris lidmašīnā smēķē. Lai gan lidojuma sākumā vienmēr tiek pateikts, ka šis nav smēķētāju reiss. Ja kāds to pārkāpj, sākumā tiek izteikts brīdinājums, tikai lai atgādinātu, ka salonā smēķēt nevajadzētu, ja tas netiek sadzirdēts, tad ir speciāls paziņojums, aicinot ievērot kārtību.

Šīs visas darbības ir ietvertas drukātā veidā aviokompānijas norādījumos.⁹⁶

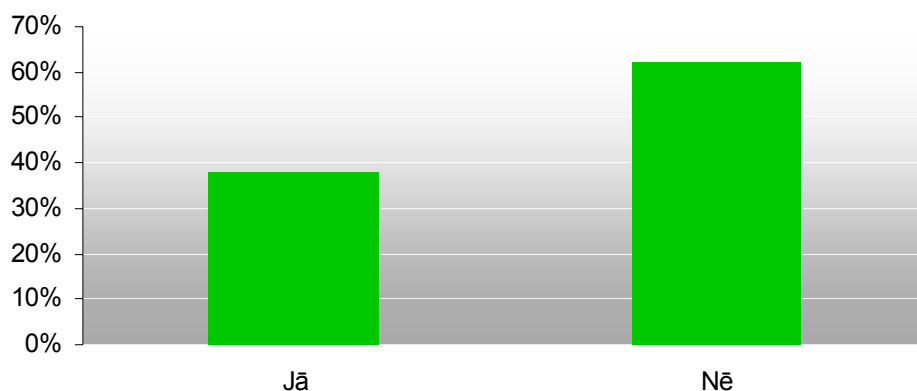
Tā kā riska komunikācija ir ilglaicīgs process, izvēlētie mediju veidi ir optimāli mērķa sasniegšanai, caur šiem mediju veidiem informācija var tikt izplatīta to pārbaudot, iztirzājot un interpretējot, kas komunicējot riska momentos ir svarīgi – lai ir zināma pārbaudīta un precīza informācija.

4. 6. „airBaltic” riska komunikācija klientu vērtējumā

Lai uzzinātu, vai viena no „airBaltic” riska komunikācijas sastāvdaļām noteikumi „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” ir tikusi realizēta veiksmīgi, tika veikta aptauja „airBaltic” klientu vidū.

Lai gan „airBaltic” pieprasa obligāti izlasīt šos noteikumus, pirms var veikt biļešu iegādi, 38% respondentu ir izlasījuši noteikumus un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” (att. 5.) un tikai 13% respondentu ir izlasījuši noteikumus „Cenas un noteikumi” (att. 6.).

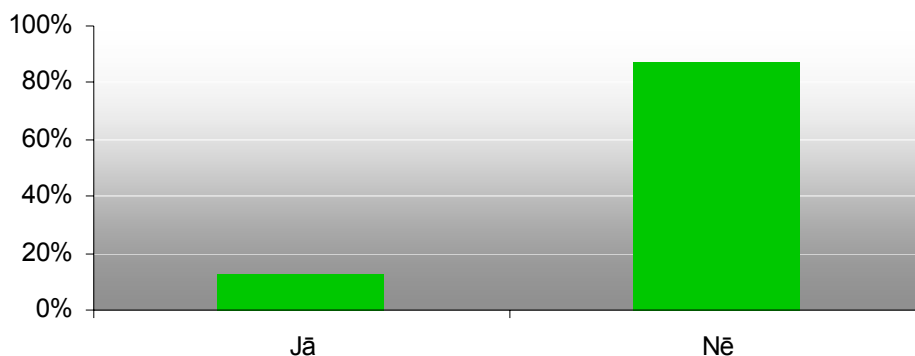
Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt "airBaltic" "Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumus"?



5. att. „airBaltic” klientu aptaujas rezultāti

⁹⁶ Intervija ar „airBaltic” borta operāciju vadītāju Ingūnu Andži. Rīga, 2009. maijs. Pilnu tekstu sk. 6. pielikumā

Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt „airBaltic” „Cenas un noteikumi” , kuros tiek skaidroti noteikumi, ja ceļojumā dodas ar bērnu?



6. att. „airBaltic” klientu aptaujas rezultāti

Lielākā daļa no tiem, kas šos noteikumus bija lasījuši atzina tos par daļēji saprotamiem, kā galvenos ieteikumus minot vienkāršāku valodu un konspektīvākus tekstus. Turpretī darbinieku sniegto informāciju lielākā daļa respondentu atzina par saprotamu un vērtēja ļoti labi.

21% respondentu, no tiem, kas šos noteikumus ir lasījuši, tos ir izmantojuši šos noteikumus savā labā, pārsvarā risinot neskaidrības par bagāžas pārvadāšanas maksu.

Apkopojot rezultātus, var secināt, ka, ja arī klienti izlasa šos noteikumus, tie ne vienmēr ir saprotami, lai gan reizēm tiek izmantoti, risinot domstarpības ar aviokompāniju „airBaltic”, tomēr tā kā lielākā daļa klientu tos neizlasa var secināt, ka „airBaltic” komunikācija noteikumos „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” ir neveiksmīga.

Secinājumi

- Riska komunikācija ir svarīga sabiedrisko attiecību sastāvdaļa, kas tiek praktizēta sabiedrisko attiecību ikdienas darbā;
- Veiksmīga riska komunikācija vēl joprojām ļauj izvairīties kompānijai no krīzes situācijām, jo tā iepriekš ir nodrošinājusi auditoriju ar nepieciešamo informācijas apjomu, tādā veidā saglabājot auditorijas uzticību, kas ir izšķiroša riska un krīzes situācijās;
- Lai gan riska komunikācija bieži tiek uzskatīta par krīzes komunikācijas sagatavošanās fāzi, taču riska un krīzes komunikācijas ir atšķirīgas sabiedrisko attiecību darbības nozares, jo katra no tām prasa citu gatavošanās un komunikācijas procesu;
- Riska komunikācijas sagatavošanas posts var būt laikietilpīgs, jo tai jānodrošina pilnīgi precīzi dati, kas ir jāinterpretē auditorijai saprotamā veidā;
- Svarīga riska komunikācijas sastāvdaļa, ir nepieciešamā personāla piesaiste gan riska komunikācijas plāna gatavošanas posmā, gan komunikācijas realizēšanas posmā;
- Realizējot riska komunikāciju, svarīgi ievērot visu trīs riska komunikācijas fāžu septiņas apakšfāzes, jo, ja kāda no tām tiek izlaista, ir ļoti liela iespējamība, riska komunikācija nebūs veiksmīga;
- Tā kā aviācija ir augsta riska nozare, riska komunikācija tajā ir ikdienišķa;
- Galvenais riska komunikācijas posms „airBaltic” ir tieši komunikācija ar pasažieri, kurš jau ir lidmašīnā;
- Ņemto vērā to, ka galvenais riska komunikācijas posms „airBaltic” ir tieši komunikācija ar pasažieri, kurš jau ir lidmašīnā, stjuartu komunikācijas veidošanai tiek pievērsta uzmanība arī pamācībās;
- Stjuartu apmācībās tiek izmantoti vairāki komunikācijas kanāli, lai būtu iespējams veiksmīgāk atrisināt riska situācijas, vai no tām izvairīties;
- Viens no „airBaltic” riska komunikācijas veidiem ir noteikumi „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi”, kuros veiksmīgi tiek realizētas pirmo divu riska komunikācijas pamatfāžu trīs apakšfāzes, taču, neievērojot fāžu pēctecību, tiek izmantota arī pēdēja riska komunikācijas fāze;
- Ņemot vērā „airBaltic” klientu aptaujas rezultātus, var secināt, ka fāžu pēctecības neievērošana noteikusi „Cenas un noteikumi” un „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi” ir novedusī pie neveiksmīgas šo noteikumu komunikācijas klientiem, jo lielākā daļa respondentu atzina, ka nav lasījuši minētos noteikumus;

- „airBaltic” komunikācijā ar klientiem auditorijas atgriezeniskā saite netiek nodrošināta, tādēļ „airBaltic” sniegtā informācija ne vienmēr ir saprotama;
- „airBaltic” darbinieku komunikāciju klienti novērtējuši pozitīvi, tātad stjuartu apmācībās izmatnotie mediju veidi ir izvēlēti piemēroti riska komunikācijas mērķa sasniegšanai;
- „airBaltic” jānodrošina atgriezeniskā saite no klientu puses, lai riska komunikācijas process būtu veiksmīgs un klienti tajā iesaistītos, jo šobrīd, neesot kvalitatīvai atgriezeniskai saitei, klientiem nav iespējas iesaistīties komunikācijas procesā vēlamajā līmenī.

Izmantotās literatūras saraksts

1. Cutlip, S. Center A. H., Broom, G. M., (2000). *Effective Public Relations*. New Jersey: Prentice Hall International.
2. Watson, T. Noble, P. (2005). *Evaluating Public Relations*. London: Kogan Page.
3. Grunig, E. J., (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc., Publishers.
4. Heath, R. L. (2001). *Handbook of Public Relations*. Thousands Oaks: Sage Publications, Inc.
5. Morgan, M. G., Fischhoff, B., Bostrom, A., Atman, C. J. (2002). *Risk communication*. Cambridge: Cambridge University Press.
6. Seeger, W. M., Sellnow, T. L., Ulmer, R. R. (2003). *Communication and organizational Crisis*. Westport: Praeger Publishers.
7. Lofstedt, R. (2003). *Risk communication: pitfalls and promises*. London: King's Centre for Risk Management, King's College.
8. Kasperson, R. E., (2005), *Social Contours of Risk*, London: Earthscan Publications, Limited.
9. Ulmer, R. K., Sellnow, T. L., Seeger, M. W., (2007). *Effective Crisis Communication*. California: SAGE Publications.
10. Boudier, F., (2007), *Tolerability of Risk: A New Framework for Risk Management*. London: Earthscan Publications, Limited.
11. Millar, D. P., Heath, R. L., (2004). *Responding to Crisis*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
12. Gillis, T. L. (2006). *The IABC Handbook of Organizational Communication*. San Francisco: John Willey & Sons, Inc.
13. Berger, A. A. (2002). *Media and communication research methods. An introduction to qualitative and quantitative approaches*.
14. Daymon, Ch., Holloway, I. (2004). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing communications*. London; New York: Routledge
15. Bryman, A. (2004). *Social Research Methods*. New York: Oxford University Press.
16. Bauer, M. W., Gaskell, G., (2000). *Quantitative researching*. London: SAGE Publications.
17. Fink, A. (2006). *How to conduct surveys*. New Dehli: SAGE Publications.

Pielikumi

1. pielikums

Intervija ar „airBaltic” korporatīvās komunikācijas viceprezidentu Jāni Vanagu

Ar ko krīzes komunikācija aviācijā atšķiras no citām nozarēm?

Aviācijā ir ļoti stingri reglamentēta drošība, pilotu un stjuartu kvalifikācija.

Krīzes komunikācija aviokompānijā būtiski atšķiras no citām nozarēm. Ja Latvijā krīzes komunikācija ir tad, kad konfektēs ir tārpji vai kāds konkurents slikti izsakās, mums tā nav krīzes komunikācija. Mums krīzes komunikācija nav pat tad, kad prezidenta alga nonāk mediju diskusiju lokā. Mums krīzes komunikācija ir tad, kad lidmašīna ir nogāzusies, taču mēs nekomunicējam aktīvi potenciālos riskus, jo mēs cilvēkus nebaidām.

Kā tiek izdalītas riska komunikācijas fāzes komunicējot iespējamus riskus klientiem?

Pirmās riska komunikācijas fāzes pirmā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, ir jāsaved kārtībā skaitļi Biznesā viss ir kārtībā) mums noteikti ir realizēta, jo biznesā mums viss ir kārtībā. Aviācijā tas tiek stingri reglamentēts, tādēļ citādāk nav iespējams.

Pirmās riska komunikācijas fāzes otrā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāpaziņo viņiem skaitļi) tiek realizēta jau balstoties uz standartiem. Ja notiek kas neparedzēts mēs to paziņojam. Piemēram, mēs pasakām, ka lidmašīna ir nolaidusies ar dažēji izlaistiem aizplākšņiem.

Pirmās riska komunikācijas fāzes trešā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāpaskaidro, ko mēs domājam ar skaitļiem) tiek realizēta skaidrojot, ka nolaišanās ar dažēji izlaistiem aizplākšņiem nozīmē to, ka lidmašīna veica standarta nosēšanos tikai ar nedaudz lielāku ātrumu.

Pirmās riska komunikācijas fāzes ceturrtā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāparāda viņiem, ka pagātnē viņi ir akceptējuši līdzīgus riskus) tiek realizēta skaidrojot, ka šoreiz lidmašīna izlidojot no Rīgas lidostas tā nosēdās sākuma punktā, jo bija iesprādzis priekšējā loga priekšējais stikls, kura garantija ir līdz 3500 stundām, pēc tam tas iesprāgst. Mums tas iesprāgst pēc 8000 stundām. Šādi gadījumi jau ir bijuši un tie nerada nekādus draudus vai riskus. Šeit arī tiek pieminēts konkrēts gadījums no pagātnes, kad riska moments nav radījis neērtības.

Otrās riska komunikācijas fāzes piektā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāparāda viņiem, ka tas viņiem ir izdevīgs darījums) tiek realizēta skaidrojot, ka drošība ir mūsu prioritāte. Ja Jūs kavējat savu nākamo lidojumu, dēļ tā, ka mūsu lidmašīna gala punktā nenonāca laika, mēs parūpējamies par Jūsu maltītēm, dzērieniem, atspirdzinājumiem un nogādājam gala punktā tad, kad tas solīts, ja ne – tiek izmaksāta kompensācija.

Otrās riska komunikācijas fāzes sestā apakšfāze (Viss, kas mums jādara, jāizturas pret viņiem jauki) tiek realizēta ikdienā, jo serviss ir viena no mūsu pamata prioritātēm.

Trešās riska komunikācijas fāzes septītā apakšfāzes (Viss, kas mums jā dara, jā padara viņus par saviem partneriem) realizēšanas ziņā mēs neesam lieliski. Tas ir viens no elementiem, kas mums jā uzlabo. Mūsu klientu attiecību departaments nestrādā tā, kā tam vajadzētu strādāt. Lai gan situācija ir uzlabojusies, varētu būt vēl labāk.

Tas, cik daudz un detalizētu informāciju mēs sniedzam vairāk ir atkarīgs no pašas situācijas (riskā momenta) ne auditorijas.

Vai potenciālie riski tiek skaidroti arī darbiniekiem?

Darbinieku apmācībās tie komunikēti iespējamie riski un veidi, kā tos komunikēt klientam. Tās notiek, kad viņi uzsāk savu darbu un, atkarībā no amata kategorijas, notiek regulārās apmācības.

Notiek arī apmācības, tā saucamais, tur iesaistīti ugunsdzēsēji, katastrofu medicīnas centrs, policija un mēs visi reāli skrienam un praktiski to izbaudām.

Stjuartiem ir adekvāta apmācība, kas regulāri tiek atjaunota, tādēļ parasti krīzes ar klientiem viņš parasti atrisina pats. Līdz mediju cilvēkiem tas nemaz nenonāk, jo, ja tas nonāk līdz mums, tā ir milzīga problēma.

Kādi komunikācijas kanāli tiek izmantoti komunikācijā ar darbiniekiem?

Intranets

Departamenta un nodaļu sanāksmēs

Ikgadējā kompānijas konference

Vai darbinieki sniedz atgriezenisko saiti par viņiem pieejamo komunikāciju?

Arī darbinieki izrāda iniciatīvu un ierosina, piemēram, iekļaut kādu informāciju iekšējā komunikācijā, piemēram, par kādu tēmu pastiprināti rakstīt intranetā, mēs to, protams, ņemam vērā.

Ja mēs redzam, ka cilvēki problēmsituācijās nerīkojas saskaņā ar esošo standartu, redzam, ka, piemēram, cilvēki, kas jau ilgstoši šeit strādā visu dara pēc reglamenta, bet problēmas ir jaunajiem darbiniekiem, tātad mēs uzlabojam viņu ievadapmācības – tas ir nepārtraukts process.

Vai risku komunikācijā tiek iesaistīti tehniskie darbinieki?

Lidmašīnām ir stingra kvalitātes kontrole. Piemēram, ja mašīnas dzinējs var izturēt 10 000, 30 000 vai 50 000 nobraukumu, lidmašīnas dzinējs ir jāmaina ik pēc 10 000 stundām. Varbūt tas var izturēt arī līdz 30 000 stundā, varbūt līdz 40 000. Bet tas ir stingrs reglaments – tas ir jāmaina.

Tehniskie darbinieki vada riskus pēc standartizētas sistēmas. Kvalitātes departaments kontrolē, lai viņi to darītu pareizi.

Ar darbiniekiem mēs komunicējam to, ka inženieri un kvalitātes departaments saka to, ka ir aviokompānijas tehniskās kvalitātes izvērtējums, kur tiek salīdzināts katras aviokompānijas katras lidmašīnas tehniskais stāvoklis tiek salīdzināts ar citām kompānijām visā pasaulē. Mūsu rādītāji ir konsekventi ļoti augsti visā pasaulē. To mēs arī komunicējam, jo tas ir tas, ko pasaka tehniskie darbinieki – inženieri ir darījuši labu darbu, lidmašīnas strādā ļoti labi. Tas ir mūsu lepnums un veiksmes punkts.

Vai tehniskie dati tiek interpretēti, lai auditorija to saprastu?

Sadarbībā ar kvalitātes departamentu mēs interpretējam šos datus, jo ir normāli, ka cilvēki nezina, kas ir aizplāksnis vai priekšplāksnis.

Vidējam statistiskajam pasažierim jāzina, ka mūsu lidmašīnu tehniskais stāvoklis ir labāks kā vidējais pasaulē.

Vai ir izstrādāts komunikācijas plāns katrai iespējamai riska situācijai?

Mums ir sagatavots *krīzes* komunikācijas plāns kādām 12 situācijām (lidmašīna aizdegusies, nolaupīta, lidmašīnā ir incidents u.c.).

Ar tehniskajiem ekspertiem konsultējamies jau tajā attiecīgajā situācijā, jo izstrādāt fizisku plānu pilnīgi visām tehniskām situācijām ir neiespējami. Ja aizdedzies dzinējs, uzreiz tiek piesaistīts tehniskais cilvēks, kurš sagatavo informāciju par dzinēju.

Mums ir shēma kā tas darbojas – kurš cilvēks katrā situācijā par ko ir atbildīgs, jo vienai lidmašīnai ir tik daudz vadu, ka tos izstiepjot var aptīt apkārt zemeslodei, tādēļ nav iespējams par visu sagatavot konkrētu plānu, taču ir viena standartizēta shēma kā viss notiek.

Tiek momentā izsludināta krīzes situācija, tiek izveidotas krīzes grupas, viena no tām ir mediju grupa. Ja ir tehniska problēma, man kā mediju cilvēkam nav jāiet un jājautā inženieriem: „Kas ir noticis?” *data collection team* man sagatavos informāciju no tehniķiem, no dienestiem. Ja problēmas ar dzinēju, tiek sagatavota visa informācija par dzinēju: kad ražoja, kas ražoja, kad pēdēja apskate veikta u. c. Arī atsevišķi manai *media team* ir sagatavots check list. Man nav jādomā, ko darīt – ir konkrēts darbības algoritms, pēc kura vadītā. Tas, protams, ir jāpiemēro situācijai, taču ir plāns, ko darīt vispirms, pēc tam un kā milzīgas komandas darbs izskatās kopā.

Mediju komanda ir lielās komandas sastāvdaļa. Piemēram, kad Turkish airlines bija negadījums, pēc 10 minūtēm BBC jau bija ziņa – ļoti ātrs darbs. Mēs strādājam, lai kontrolētu un vadītu mediju procesus, kas ar to saistīti.

Mēs ņemam vērā arī citu aviokompāniju pieredzi – mēs analizējam citu aviokompāniju ziņu izplatības ķēdi.

Riski tiek skaidroti post factum, jo tie ir tie dažādi, ka nav iespējams katrus skaidrot jau iepriekš.

Kādi eksperti tiek piesaistīti, izstrādājot krīzes komunikācijas plānu?

Sagatavojot krīzes komunikācijas plānu mēs sadarbojamies ar aviācijas krīzes vadības ekspertiem, nevis tehniskajiem ekspertiem, jo krīze aviācijā nav tikai tehniskā krīze, tā ir arī emocionāla krīze ģimenes locekļiem, ko var izraisīt arī cilvēka kļūda.

Visi šie procesi ir stingri reglamentēti un sistēmas izstrādē mēs, protams, esam sadarbojušies ar tehniskajiem ekspertiem. Arī darbinieku apmācības tiek nemitīgi pilnveidotas, sadarbojoties ar dažādām iesaistītajām pusēm, ne tikai tehniskajiem ekspertiem.

2. pielikums
„airBaltic” noteikumi „Cenas un noteikumi”

Cenas noteikumi S (Cenas kods: SBL Y)

Noteikumu piemērošana

CLASS OF SERVICE

- THESE FARES APPLY FOR ECONOMY CLASS SERVICE.

Atlaides bērnam

ACCOMPANIED CHILD 2-11

- CHARGE 67 PERCENT OF THE FARE.
- TICKETING CODE - BASE FARE CODE PLUS CH

OR - 1ST INFANT UNDER 2 WITHOUT A SEAT

- CHARGE 10 PERCENT OF THE FARE

OR - INFANT UNDER 2 WITH A SEAT

- CHARGE 67 PERCENT OF THE FARE

OR - UNACCOMPANIED CHILD 5-11

- CHARGE 67 PERCENT OF THE FARE. NOTE - UNACCOMPANIED MINORS UNDER 5 YEARS OF AGE WILL NOT BE ACCEPTED FOR CARRIAGE.

Soda naudas

FOR	SBLY	FARES
CANCELLATIONS		
ANY TIME		

- TICKET IS NON-REFUNDABLE.
 - NOTE - WHEN COMBINING ON THE HALF ROUNDTRIP BASIS THE PENALTY CONDITIONS FOR EACH FARE COMPONENT APPLY -----
----- YQ/YR CHARGES ARE NON-REFUNDABLE

CHANGES

CHANGES PERMITTED.

- NOTE - CHANGES PERMITTED AT A CHARGE OF LVL50/EUR75/ LTL250 PER FARE COMPONENT. REBOOKING MUST BE MADE IN ONE TRANSACTION BEFORE DEPARTURE OF THE FLIGHT BEING CHANGED. -----

WHEN COMBINING ON A HALF ROUNDTRIP BASIS THE

- PENALTY CONDITIONS FOR EACH FARE COMPONENT APPLY. ----- MAY BE UPGRADED TO HIGHER -BLY FARE BY CHARGING THE DIFFERENCE BETWEEN FARE PAID AND THE NEW FARE IN HIGHER CLASS. EACH FARE COMPONENT MUST BE ASSESSED SEPARATELY. IN CASE OF UPGRADE AND SUBSEQUENT REFUND THE ORIGINAL NON-REFUNDABLE AMOUNT REMAINS NON-REF. ----- REROUTING PERMITTED WITHIN -BLECO -BLY -BLD TYPE FARES PROVIDED ORIGIN AND DESTINATION FOR THE FARE

COMPONENT REMAIN THE SAME

Cenas noteikumi S (Cenas kods: SBL Y)

Noteikumu piemērošana

CLASS OF SERVICE

- THESE FARES APPLY FOR ECONOMY CLASS SERVICE.

Atlaides bērnam

ACCOMPANIED CHILD 2-11

- CHARGE 67 PERCENT OF THE FARE.
- TICKETING CODE - BASE FARE CODE PLUS CH

OR - 1ST INFANT UNDER 2 WITHOUT A SEAT

- CHARGE 10 PERCENT OF THE FARE

OR - INFANT UNDER 2 WITH A SEAT

- CHARGE 67 PERCENT OF THE FARE

OR - UNACCOMPANIED CHILD 5-11

- CHARGE 67 PERCENT OF THE FARE. NOTE - UNACCOMPANIED MINORS UNDER 5 YEARS OF AGE WILL NOT BE ACCEPTED FOR CARRIAGE.

Soda naudas

FOR	SBLY	FARES
CANCELLATIONS		
ANY TIME		

- TICKET IS NON-REFUNDABLE.
 - NOTE - WHEN COMBINING ON THE HALF ROUNDTRIP BASIS THE PENALTY CONDITIONS FOR EACH FARE COMPONENT APPLY -----
----- YQ/YR CHARGES ARE NON-REFUNDABLE

CHANGES

CHANGES PERMITTED.

- NOTE - CHANGES PERMITTED AT A CHARGE OF LVL50/EUR75/ LTL250 PER FARE COMPONENT. REBOOKING MUST BE MADE IN ONE TRANSACTION BEFORE DEPARTURE OF THE FLIGHT BEING CHANGED. -----

WHEN COMBINING ON A HALF ROUNDTRIP BASIS THE

- PENALTY CONDITIONS FOR EACH FARE COMPONENT APPLY. ----- MAY BE UPGRADED TO HIGHER -BLY FARE BY CHARGING THE DIFFERENCE BETWEEN FARE PAID AND THE NEW FARE IN HIGHER CLASS. EACH FARE COMPONENT MUST BE ASSESSED SEPARATELY. IN CASE OF UPGRADE AND SUBSEQUENT REFUND THE ORIGINAL NON-REFUNDABLE AMOUNT REMAINS NON-REF. ----- REROUTING PERMITTED WITHIN -BLECO -BLY -BLD TYPE FARES PROVIDED ORIGIN AND DESTINATION FOR THE FARE

COMPONENT REMAIN THE SAME

3. pielikums

„airBaltic” noteikumi „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi”

Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi

Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumi ir civiltiesisks līgums, kas nosaka attiecības starp Jums kā pasažieri un mums kā Pārvadātāju attiecībā uz Jūsu pārvadāšanu lidmašīnā saskaņā ar biļeti, uz kuras norādīts mūsu Pārvadātāja apzīmējuma kods konkrētajam lidojumam vai lidojuma segmentam. No tā izrietošās Jūsu tiesības un pienākumi attiecībā pret mums un otrādi ir izklāstīti Pārvadāšanas noteikumos. Iesakām Jums uzmanīgi izlasīt Pārvadāšanas līgumu, jo, bez citām lietām, tie nosaka arī dažādus uz Jums attiecināmus ierobežojumus, piemēram, mūsu atbildības ierobežojumus attiecībā pret Jums/Jūsu bagāžu bojājumu un reisu aizkavēšanās gadījumā. Iesakām iegādāties personas apdrošināšanu, ja mūsu atbildības robežas ir neapmierinošas attiecībā pret Jūsu vajadzībām.

Šis Pārvadāšanas līgums var tikt mainīts bez iepriekšēja brīdinājuma. Jebkurā gadījumā spēkā ir jaunākā publicētā līguma versija.

1. punkts – Ko konkrēti nozīmē šajos Noteikumos lietotie apzīmējumi

Lasot šos Noteikumus, lūdzu, ievērojiet, ka: “Mēs”, “mūsu”, “mēs paši” un “mūs” nozīmē airBaltic Corporation AS. “Jūs”, “Jūsu” un “Jūs paši” apzīmē jebkuru personu, izņemot apkalpes locekļus, kuri tiek pārvadāti vai, kurus, atbilstoši biļetei, ir paredzēts pārvadāt lidmašīnā. (Skat. arī vārda “Pasažieris” definīciju).

“Paredzētās nolaišanās vietas” nozīmē biļetē vai lidojumu grafikā norādītās nolaišanās vietas Jūsu maršrutā, izņemot izlidošanas vietu un ceļojuma galamērķi.

“Pārvadātāja apzīmējuma kods” nozīmē divas rakstu zīmes vai trīs skaitļus, ar kuriem tiek apzīmēti konkrētie gaisa pārvadātāji.

“Autorizētais aģents” nozīmē pārdošanas aģentu, kuru mēs esam iecēlušī mūs pārstāvēt mūsu gaisa transporta pakalpojumu pārdošanā.

“Bagāža” nozīmē Jūsu personīgo īpašumu, kuru Jūs ņemat līdzī ceļojumā. Ja nav norādīts citādi, tā sastāv no Jūsu reģistrētās un neregistrētās bagāžas.

“Bagāžas kvīts” nozīmē to biļetes daļu, kura attiecas uz Jūsu reģistrētās bagāžas pārvadāšanu.

“Bagāžas identifikācijas birka” nozīmē dokumentu, kurš izsniegts tikai reģistrētās bagāžas identifikācijas mērķiem.

“Pārvadājumi” nozīmē pasažieru un/vai bagāžas pārvadājumus pa gaisu.

“Pārvadātājs” nozīmē gaisa satiksmes pārvadātāju, kurš nav mūsu aviosabiedrība un, kura apzīmējuma kods norādīts uz Jūsu biļetes vai savienojošās biļetes.

“Reģistrētā bagāža” nozīmē bagāžu, pār kuru mēs uzņemamies uzraudzību un, par kuru mēs esam izsnieguši bagāžas kvīti.

“Reģistrācijas termiņš” nozīmē aviosabiedrības norādīto laiku, līdz kuram Jums ir jāpabeidz reģistrācijas formalitātes un jāsaņem iekāpšanas biļete.

“Kopīgi veiktie lidojumi” nozīmē viena gaisa pārvadātāja veiktos lidojumus, uz kuru vietas piedāvā cits pārvadātājs, izmantojot savu pārvadātāja apzīmējuma kodu atsevišķi vai kopā ar pirmā pārvadātāja apzīmējuma kodu.

“Līguma noteikumi” nozīmē Jūsu biļetē ietvertos vai kopā ar biļeti vai maršruta lapu/čeku piegādātos nosacījumus, kuri ir apzīmēti kā nosacījumi un, kuri pēc norādes ietver šos Pārvadāšanas noteikumus un paziņojumus.

“Savienojuma biļete” nozīmē Jums izsniegto biļeti saistībā ar citu biļeti, kuras abas kopā veido vienu pārvadājuma līgumu.

“Konvencija” nozīmē starptautiskos normatīvos aktus, kuriem ir pievienojusies Latvijas Republika.

“Kupons” nozīmē gan papīra formāta lidojuma kuponu, gan elektronisko kuponu, un jebkurš no tiem dod tiesības tajā norādītajam pasažierim ceļot ar konkrēto, kuponā norādīto reisu.

“Zaudējums” nozīmē pasažiera nāvi, ievainojumu vai ķermeņa traumu, zaudējumu, daļēju zaudējumu, zādzību vai cita veida bojājumu, kas radies mūsu veikto pārvadājumu vai citu sniegto pakalpojumu rezultātā vai saistībā ar tiem.

“Dienas” nozīmē kalendārās dienas, to skaitā visas septiņas nedēļas kalendārās dienas, ar noteikumu, ka paziņojuma sniegšanas nolūkā diena, kurā paziņojums nogādāts, netiek ieskaitīta, kā arī, nosakot biļetes derīguma termiņu, netiek ieskaitīta diena, kurā tā izdota vai kurā uzsākts lidojums.

“Elektroniskais kupons” nozīmē elektronisku lidojuma kuponu vai citu līdzvērtīgu dokumentu, kas glabājas mūsu datubāzē.

“Elektroniskā biļete” nozīmē mūsu vai mūsu vārdā izdotu maršruta lapu/čeku, elektroniskos kuponus un, ja tas ir piemērojams, iekāpšanas dokumentu.

“Lidojuma kupons” nozīmē to biļetes daļu, uz kuras ir atzīme “derīgs ceļošanai,” vai elektroniskās

biļetes gadījumā – elektronisko kuponu, un norāda konkrētās vietas, starp kurām Jūs ir tiesības ar to tikt pārvadātam.

“Nepārvarama vara” nozīmē neparastus un neparedzamus apstākļus, kurus Jūs nevarat kontrolēt, un no kuru sekām nebūtu iespējams izvairīties, pat ja tiktu pieliktas visas iespējamās pūles.

“Tuvākie ģimenes locekļi” nozīmē Jūsu laulāto draugu vai personu, ar kuru Jūs kopā dzīvojat, vecākus, bērnus, māsas un brāļus, vecvecākus, mazbērnus, vīratēvu, vīramāti, sievastēvu, sievasmāti, svaiņus, svaines, znotus un vedeklas.

“Maršruta lapa/čeks” nozīmē dokumentu vai dokumentus, kurus mēs izsniedzam pasažieriem, kuri ceļo ar elektroniskajām biļetēm, un uz kuriem ir norādīts pasažiera vārds, lidojuma informācija un paziņojumi.

“Paziņojums par pielikumā pievienotajiem Līguma noteikumiem” nozīmē paziņojumus, kas ietverti Jūsu biļetē vai maršruta lapā/čekā vai piegādāti kopā ar to un attiecīgi apzīmēti, un kuri atsaucas uz šiem Pārvadāšanas noteikumiem un paziņojumiem.

“Mūsu noteikumi” nozīmē mūsu likumus, noteikumus un standartus, kuri darbojas papildus šiem Noteikumiem, kurus regulē Pasažieru un/vai bagāžas pārvadāšanas noteikumus un ietver jebkurus piemērojamus tarifus, kuri ir spēkā.

“Pasažieris” nozīmē jebkuru personu, izņemot apkalpes locekļus, kura tiek pārvadāta vai kuru paredzēts pārvadāt lidmašīnā saskaņā ar biļeti. (Skat. arī definīciju vārdiem “Jūs”, “Jūsu” un “Jūs paši”).

“Pasažiera kupons” vai “Pasažiera čeks” nozīmē to mūsu vai mūsu vārdā izdotās biļetes daļu, kas ir attiecīgi apzīmēta un kas Jūs ir jāsauglabā līdz lidojuma beigām.

“SDR” nozīmē īpašās norēķinu vienības, kā to nosaka Starptautiskais valūtas fonds.

“Apstāšanās” nozīmē plānotu apstāšanos Jūsu ceļojuma laikā kādā punktā starp izlidošanas vietu un lidojuma galamērķi.

“TARIFI” nozīmē publicētus izcenojumus, komisijas un/vai ar tām saistītus aviosabiedrības pārvadāšanas noteikumus, kas nepieciešamības gadījumā reģistrēti atbilstošās institūcijās.

“Biļete” nozīmē vai nu dokumentu, kas saucas “Pasažiera biļete un bagāžas čeks” vai elektroniskā biļete, kuru jebkurā no šiem gadījumiem esam izdevuši mēs vai kura ir izdota mūsu vārdā, un kurā ietilpst Līguma noteikumi, paziņojumi un kuponi.

“Neregistrētā bagāža” nozīmē Jūsu bagāžu, kura nav reģistrētā bagāža.

“Kompleksais tūrisma pakalpojums” nozīmē iepriekš sagatavotu vismaz divu šādu pakalpojumu apvienojumu, kurš ir pārdots par kopīgu cenu un attiecas uz laika posmu, kas garāks par 24 stundām vai kurš ietver izmitināšanu: gaisa pārvadājums, auto noma, lidostas automašīnas stāvvietu un

pārvadājumu ar lidostas ekspresautobusu.

2. punkts – Noteikumu piemērošana

2.1. Vispārīgie noteikumi

Izņemot 2.2., 2.4. un 2.5. punktā minēto, mūsu Pārvadāšanas noteikumi attiecas tikai uz tiem lidojumiem vai lidojumu segmentiem, kuros ir norādīts mūsu nosaukums vai Pārvadātāja apzīmējuma kods biļetes ailē, kas paredzēta konkrētā lidojuma vai lidojuma segmenta aviosabiedrības nosaukumam.

2.2. Čartera pārvadājumi

Ja pārvadājums tiek veikts saskaņā ar čartera līgumu, šie Pārvadāšanas noteikumi ir attiecināmi arī uz Čartera pārvadājumiem, ciktāl tie nav pretrunā ar Čartera līgumu.

2.3. Kopīgi veiktie lidojumi

Dažos lidojumos mums ir vienošanās ar citiem pārvadātājiem, kas tiek apzīmēti kā “Kopīgi veiktie lidojumi”. Tas nozīmē, ka pat tad, ja Jums ir rezervēta vieta lidojumam ar mūsu aviosabiedrību un biļete, uz kuras norādīts mūsu aviosabiedrības nosaukums vai kā reisa veicējs norādīts mūsu pārvadātāja apzīmējuma kods, lidojumu var veikt cits pārvadātājs. Šādā gadījumā mēs vai mūsu autorizētais aģents rezervēšanas brīdī informēs Jūs par to, kurš pārvadātājs veiks lidojumu. Jūsu pārvadātājs ir biļetē norādītā kompānija, tas ir, pārvadātājs, kura apzīmējuma kods ir norādīts uz lidojuma kupona vai maršruta čeka blakus reisa numuram.

2.4. Noteicošā likumdošana

Pārvadāšanas noteikumi ir piemērojami, ja vien tie nav pretrunā ar mūsu tarifiem vai spēkā esošo likumdošanu, pretējā gadījumā noteicošie ir minētie tarifi vai likumi.

Ja kāds no šo Pārvadāšanas noteikumu nosacījumiem nav spēkā saskaņā ar noteicošo likumdošanu, pārējie nosacījumi paliek spēkā.

2.5. Noteikumiem ir prioritāte pār nosacījumiem

Izņemot šajos Pārvadāšanas noteikumos minētos gadījumus, ja pastāv neatbilstība starp Pārvadāšanas noteikumiem un jebkuriem citiem spēkā esošiem nosacījumiem attiecībā uz konkrētiem jautājumiem, šie Pārvadāšanas noteikumi ir noteicošie.

3. punkts —Biļetes

3.1. Vispārējie nosacījumi

3.1.1. Biļete ir neapstrīdams pierādījums pārvadāšanas līguma esamībai starp mums un biļetē norādīto pasažieri. Mēs nodrošinām tikai biļetē norādītā pasažiera pārvadāšanu, un Jums var tikt pieprasīta personu apliecinoša dokumenta uzrādīšana.

3.1.2. Biļete ir nododama citām personām. Maksa par uzvārda maiņu - LVL 50.

3.1.3. Dažas biļetes tiek pārdotas ar atlaidi, un neizmantošanas gadījumā to vērtība var netikt atmaksāta daļēji vai pilnībā. Jums ir jāizvēlas maksa par biļeti, kas vislabāk atbilst Jūsu vajadzībām. Jūs arī varat vēlēties nodrošināt sev atbilstošu apdrošināšanu gadījumiem, kad Jums biļete ir jāatsauc.

3.1.4. Ja Jums ir iepriekš 3.1.3. punktā minētā biļete un nepārvaramas varas apstākļu dēļ Jūs nevarat ceļot, un ja Jūs esat savlaicīgi mūs par to informējuši un iesnieguši šādu nepārvaramas varas apstākļu pierādījumu, mēs Jums piešķirsim kredītu turpmākiem lidojumiem ar mūsu aviosabiedrību neatmaksājamās biļetes cenas apmērā, no kuras var tikt atvilktā administratīvā komisija SDR 17 (LVL 12) apmērā.

3.1.5. Biļete ir un paliek pārvadātāja – izdevēja īpašums.

3.1.6. Izņemot gadījumus, kad tiek noformēta elektroniskā biļete, Jums nav tiesību tikt pārvadātam ar kādu no reisiem, ja nevarat uzrādīt derīgu biļeti ar konkrētā reisa lidojuma kuponu un pasažiera kuponu. Bez tam, Jums nav tiesību uz lidojumu, ja uzrādītā biļete ir bojāta vai labota, ja vien tas nav mūsu vai mūsu autorizētā aģenta izdarīts labojums. Elektroniskās biļetes gadījumā Jums nav tiesību uz lidojumu, ja nevarat uzrādīt atbilstošu personu apliecinošu dokumentu un uz Jūsu vārdu izdotu derīgu elektronisko biļeti.

3.1.7.(a) Ja Jūs esat nozaudējuši vai sabojājuši biļeti (vai tās daļu) vai arī nevarat uzrādīt biļeti ar pasažiera kuponu un visiem neizmantotajiem lidojuma kuponiem, ja minēto biļeti esam izdevuši

mēs, pēc Jūsu pieprasījuma mēs šo biļeti (vai tās daļu) apmainīsim pret jaunu, ja vien attiecīgajā brīdī ir pietiekami pierādījumi tam, ka lidojumam(-iem) paredzētā biļete ir pienācīgi izsniegta, un Jūs parakstāt līgumu par to, ka kompensēsiet nepieciešamās un pamatotās izmaksas un zaudējumus līdz pat sākotnējās biļetes vērtībai, kuri ir radušies jums vai kādam citam pārvadātājam sakarā ar neatbilstošu biļetes lietošanu. Mēs nepieprasīsim no Jums kompensāciju par tiem zaudējumiem, kuri varētu būt radušies mūsu pašu nolaidības dēļ. Mēs par šo pakalpojumu varam noteikt saprātīgu administrēšanas komisiju, ja vien minētie zaudējumi vai bojājumi nav radušies mūsu vai mūsu autorizēto aģentu nolaidības dēļ.

3.1.7.(b) Ja šādi pierādījumi nav pieejami un Jūs minēto līgumu neparakstāt, mēs varam pieprasīt Jums samaksāt pilnu biļetes cenu par tās aizvietošanu, kura tiek atmaksāta, kad pārvadātājs – biļetes izdevējs ir pārliecinājies, ka pirms derīguma termiņa beigām nozaudētā vai bojātā biļete nav izmantota. Atrodot oriģinālo biļeti līdz tās derīguma termiņa beigām un nododot to jums, uzreiz tiks noformēta iepriekš minētās summas atmaksa.

3.1.8. Biļete ir vērtīgs dokuments, un Jums ir jāveic atbilstoši pasākumi, lai pasargātu to pret nozaudēšanu vai nozagšanu. Iegādājoties biļeti, Jums ir pienākums pārbaudīt biļetē iekļauto informāciju iegādes brīdī. Vēlāk pretenzijas par biļetē iekļautās informācijas neatbilstību Jūsu vēlmēm netiks pieņemtas, un izmaiņas tajā varēs tikt veiktas saskaņā ar vispārējiem noteikumiem. Gadījumā, ja Jums ir nepieciešama jebkāda veida informācija par iegādāto pakalpojumu, tai skaitā par tā izmantošanas noteikumiem, lūdzam vērsties pie biļešu tirdzniecības aģentiem.

3.2. Derīguma termiņš

3.2.1. Ja uz biļetes šajos Noteikumos vai piemērojamajos tarifos (kuri var ierobežot biļetes derīguma termiņu, kas šādā gadījumā būs norādīts uz biļetes) nav norādīts citādi, biļete ir derīga:

3.2.1.(a) vienu gadu no izdošanas datuma; vai

3.2.1(b) no pirmā lidojuma, kurš notiek gada laikā no biļetes izrakstīšanas dienas, vienu gadu no biļetē norādītā lidojuma datuma.

3.2.2. Ja biļetes derīguma termiņa laikā Jūs nevarat veikt lidojumu tāpēc, ka brīdī, kad Jūs lūdzāt rezervēt vietas, mēs nevaram apstiprināt vietu rezervāciju, Jūsu biļetes derīguma termiņš tiks

pagarināts vai arī tiks piedāvāta tās atmaksa saskaņā ar 10.3. punktu.

3.2.3. Ja pēc tam, kad esat uzsākuši ceļojumu, Jūs slimības dēļ nevarat to turpināt biļetē norādītā derīguma termiņa laikā, mēs varam pagarināt Jūsu biļetes derīguma termiņu līdz laikam, kad Jūs varat turpināt ceļojumu, vai līdz mūsu pirmajam reisam pēc šī datuma, kad no vietas, kur Jūs atsākat ceļojumu, ir brīva vieta lidojuma klasē, par kuru ir samaksāta attiecīga cena. Nepieciešama medicīnas iestādes izziņa, kas apliecina slimību. Ja biļetē atlikušie lidojuma kuponi vai elektroniskās biļetes gadījumā – elektroniskie kuponi ietver vienu vai vairākas apstāšanās, šādas biļetes derīguma termiņš var tikt pagarināts ne vairāk kā par trim mēnešiem no izziņā norādītā datuma. Ja Jūs esat iegādājies biļeti par īpašu cenu, maksimālais termiņa pagarinājums ir 7 dienas, ja to neaizliedz noteikumi, kuri attiecas uz samaksāto cenu.

Šādā gadījumā mēs uz tādu pašu laiku pagarinām arī Jūs pavadāmo tuvāko ģimenes locekļu biļešu derīguma termiņu.

3.2.4. Gadījumā, ja ceļojuma laikā iestājas pasažiera nāve, šo pasažieri pavadāmo personu biļetes var tikt mainītas, atceļot minimālo uzturēšanās laiku vai pagarinot to derīguma termiņu. Gadījumā, ja ceļojuma laikā iestājas kāda pasažiera tuvākā ģimenes locekļa nāve, pasažiera un tuvāko ģimenes locekļu, kuri pavadā pasažieri, biļešu derīguma termiņi var tikt mainīti. Jebkuras no šīm izmaiņām tiek izdarītas, uzrādot miršanas apliecību, un minētais derīguma termiņa pagarinājums nedrīkst pārsniegt četrdesmit piecas (45) dienas no miršanas datuma.

3.3. Kuponu secība un izmantošana

3.3.1. Jūsu iegādātā biļete ir derīga tikai pārvadāšanai biļetē norādītajā maršrutā – no izlidošanas vietas caur paredzētajām apstāšanās vietām līdz galapunktam. Jūsu samaksātā cena ir balstīta uz mūsu tarifiem un ir paredzēta pārvadājuma veikšanai biļetē norādītajā maršrutā. Tā ir būtiska mūsu līguma sastāvdaļa. Biļete netiek atzīta un nav derīga, ja visi kuponi nav izmantoti biļetē norādītajā secībā, izņemot maršrutus, kuros tiek piemērota vienvirziena cenu koncepcija.

3.3.2. Ja Jūs vēlaties veikt izmaiņas pārvadājuma norisē, Jums ir jāsaazinās ar mums iepriekš. Tiks aprēķināta maksa par Jūsu jauno ceļojumu, un Jums tiks piedāvāta iespēja vai nu pieņemt jauno cenu, vai palikt pie sākotnējā biļetē izrakstītā pārvadājuma. Ja Jums nākas mainīt kādu no pārvadājuma posmiem nepārvaramas varas apstākļu dēļ, Jums pēc iespējas ātrāk mums par to ir

jāpaziņo, un mēs centīsimies nogādāt Jūs nākamajā apstāšanās vietā bez maksas pārrēķināšanas.

3.3.3. Ja Jūs maināt savu maršrutu bez vienošanās ar mums, mēs aprēķināsim pareizu Jūsu faktiskā ceļojuma cenu. Jums būs jāsamaksā jebkura starpība starp jau samaksāto cenu un kopējo izmainītā maršruta cenu. Ja jaunā cena ir zemāka, mēs Jums atmaksāsim starpību, bet citādi Jūsu neizmantotajiem kuponiem nav vērtības.

3.3.4. Lūdzu, ņemiet vērā, ka, lai gan dažas no izmaiņām var neietekmēt cenu, citas, piemēram, izlidošanas vietas maiņa (piemēram, ja Jūs nelidojat pirmajā segmentā) vai ceļojuma virziena maiņa var paaugstināt cenu. Daudzas cenas ir spēkā tikai biļetē norādītajos datumos vai uz biļetē norādītajiem reisiem, un vispār nevar tikt mainīti, vai arī var tikt mainīti, piemaksājot papildu komisiju.

3.3.5. Katrs Jūsu biļetes lidojuma kupons tiek pieņemts pārvadāšanai attiecīgajā apkalpošanas klasē tajā datumā un tajā reisā, uz kuru ir rezervēta vieta. Ja sākotnēji biļete izsniegta bez konkrētas vietas rezervēšanas, vietu ir iespējams rezervēt vēlāk saskaņā ar mūsu tarifiem un atbilstoši brīvo vietu skaitam attiecīgajā reisā.

3.3.6. Lūdzu, ņemiet vērā, ka gadījumā, ja Jūs neierodaties uz kādu no reisiem, mūs iepriekš nebrīdinot, mēs varam atcelt Jūsu atpakaļceļa vai ceļojuma turpinājuma rezervācijas. Ja Jūs mūs iepriekš brīdināt, mēs neatcelsim turpmāko reisu rezervācijas, bet šajā gadījumā būs spēkā 3.3.4. punktā minētie noteikumi. Izņēmums ir maršruti, kuros tiek piemērota vienvirziena cenu koncepcija.

3.4. Pārvadātāja nosaukums un adrese

Mūsu nosaukums var tikt saīsināts un norādīts biļetē kā pārvadātāja apzīmējuma kods vai cits saīsinājums. Par mūsu adresi uzskatāma izlidošanas lidostas adrese, kura norādīta pretī mūsu saīsinātajam nosaukumam biļetes sadaļā “Pārvadātājs”, vai arī elektroniskās biļetes gadījumā tā ir adrese, kas norādīta maršruta lapā/čeka mūsu pirmajam lidojuma segmentam.

4. punkts – Braukšanas maksa, nodokļi, komisijas un nodevas

4.1. Biļešu cenas

Braukšanas maksā ir iekļauta tikai maksa par braucienu no ceļojuma sākuma līdz ceļojuma

galamērķa lidostai, ja nav īpaši norādīts citādi. Braukšanas maksā nav iekļauta maksa par sauszemes transporta pakalpojumiem starp lidostām un starp lidostām un pilsētu galapunktiem, ja nav īpaši norādīts citādi. Ja nepastāv cita veida vienošanās, maksa par braucienu tiek aprēķināta saskaņā ar biļetes apmaksas dienā spēkā esošajiem tarifiem uz konkrētu maršrutu un norādītajos datumos. Izmaiņas maršrutā vai ceļojuma datumos var izmainīt maksu par braucienu.

4.2. Nodokļi, komisijas un nodevas

Jums ir jānomaksā valdības vai citu valsts institūciju vai lidostas operatoru noteiktie nodokļi, komisijas un nodevas. Iegādājoties biļeti, Jūs tiksiet informēti par nodokļiem, komisijām un nodevām, kas nav iekļautas maksā par braucienu, lielākā daļa no kurām ir atsevišķi norādītas biļetē. Nodokļi, komisijas un nodevas, ar kurām tiek aplikti gaisa pārvadājumi, pastāvīgi mainās un var tikt uzliktas pēc biļetes izsniegšanas datuma. Ja tiek paaugstināts biļetē norādītais nodoklis, komisija vai nodeva, Jums tā būs jānomaksā. Tāpat arī, ja pēc biļetes izsniegšanas tiek ieviests jauns nodoklis, komisija vai nodeva, Jums tā būs jānomaksā. Tāpat arī, ja tiek atcelti vai samazināti nodokļi, komisijas vai nodevas, kuras Jūs esat samaksājuši biļetes saņemšanas brīdī, un tās uz Jums vairs neattiecas vai arī ir jāmaksā mazāka summa, Jums ir tiesības pieprasīt pārmaksātās summas atlīdzināšanu. Mēs centīsimies sazināties ar Jums, izmantojot dažādus mūsu rīcībā esošos saziņas kanālus (piemēram, mūsu mājas lapu www.airbaltic.lv), ja atlīdzība, kuru Jums ir tiesības saņemt, ir vienāda ar vai pārsniedz SDR 17 (LVL 12).

4.3. Valūta

Braukšanas maksa, nodokļi, komisijas un nodevas ir jāmaksā tās valsts valūtā, kurā ir izsniegta biļete, ja mēs vai mūsu autorizētais aģents nav norādījis citu valūtu maksājuma veikšanas laikā vai pirms tā (piemēram, ja vietējā valūta nav konvertējama). Mēs pēc saviem ieskatiem varam pieņemt maksājumu kādā citā valūtā.

4.4. Nodokļu, nodevu atmaksa

Gadījumā, ja Jūs esat iegādājies biļeti, bet tomēr Jūs izlemjat nelidot, Jums ir tiesības saņemt atpakaļ samaksātos lidostas operatoru noteiktos nodokļus, nodevas vai komisijas maksas. Šis pakalpojums ir bezmaksas, ja biļete ir iegādāta mūsu biļešu kasēs un lidostas operatoru noteiktos nodokļu, nodevas vai komisijas maksu Jūs variet saņemt atpakaļ, personīgi ierodoties mūsu biļešu kasēs Starptautiskajā lidostā "Rīga", Mārupes pagastā, Rīgas rajonā, Latvijā vai Starptautiskajā

lidostā Viļņā, Lietuvā. Jums būs jāmaksā LVL 5 par katru bankas transakciju, ja biļeti esat iegādājies caur internetu, izmantojot maksājumu karti, šajā gadījumā atmaksājamā summa tiks pārskaitīta uz Jūsu karti. Šis noteikumu punkts neattiecas uz biļetēm lidmašīnas biznesa klasē.

4.5. Biļetes cenas atgriešana

4.5.1. Ja Jūs pēc biļetes iegādes esat kļuvis par bezdarbnieku un lidojums ar šo biļeti vēl nav veikts, tad Jums ir tiesības saņemt atpakaļ samaksāto biļetes vērtību, izņemot servisa maksu vai/un transakcijas maksu personīgi ierodoties mūsu biļešu tirdzniecības vietās un uzrādot sekojošus dokumentus:

4.5.1.1. bezdarbnieka statusu apliecināšu dokumentu, ko ir izsniedzis: Latvijas Republikas Valsts nodarbinātības aģentūra vai Lietuvas Republikas Darba Birža (Lietuvos darbo birža), vai Igaunijas Republikas Nodarbinātības dienests (Eesti Töötukassa);

4.5.1.2. biļeti

4.5.2. Biļetes cena netiks atmaksāta, ja biļete sākotnēji ir bijusi izdota citai personai, vai ja līdz lidojumam, kas norādīts biļetē, par kuru tiek prasīts atgriezt cenu, ir mazāk par 48 stundām.

4.5.3. 4.5. punkts attiecas uz biļetēm, kas izdotas pēc 2009.gada 16.aprīļa.

4.5.4. Pēc biļetes cenas atgriešanas biļete un rezervācija tiek anulēta un ar to nav iespējams veikt lidojumu.

5. punkts – Rezervācijas

5.1. Rezervācijas noteikumi

5.1.1. Mēs vai mūsu autorizētais aģents reģistrēsim Jūsu rezervācijas(-u). Pēc pieprasījuma mēs sniedzam rakstisku rezervācijas(-u) apliecinājumu.

5.1.2. Atsevišķām biļešu cenām ir noteikumi, kuri ierobežo vai liedz Jums tiesības mainīt vai atcelt rezervācijas.

5.2. Biļešu apmaksas termiņš

Mēs varam atcelt rezervāciju, ja Jūs neesat samaksājuši par biļeti mūsu vai mūsu autorizētā aģenta norādītajā termiņā.

5.3. Personas dati

Jūs apzināties, ka mums iesniegtie personas dati ir paredzēti šādiem mērķiem: rezervācijai, biļetes iegādei, papildu pakalpojumu saņemšanai, piemēram, viesnīcas rezervēšanas un auto īres pakalpojumiem, īpašu pakalpojumu, piemēram, aprīkojuma cilvēkiem ar ierobežotām kustību spējām sagatavošanai un nodrošināšanai, speciālo ēdienu pasūtīšanai un citu mūsu pasažieru īpašo vēlmju apmierināšanai, imigrācijas un ieeļošanas procedūru atvieglošanai, kā arī padarīt šos, ar Jūsu ceļojumu saistītos datus, pieejamus valdības aģentūrām. Jūs pilnvarojat mūs saglabāt un izmantot šos datus minētajiem mērķiem un pārsūtīt tos uz mūsu birojiem, nosūtīt autorizētajiem aģentiem, valdības aģentūrām, citiem pārvadātājiem vai iepriekš minēto pakalpojumu sniedzējiem. Jūsu personas dati bez iepriekšējas atļaujas mārketinga nolūkiem netiks izmantoti.

5.4. Vietu sadalījums

Mēs centīsimies apmierināt Jūsu izteikto lūgumu attiecībā uz vēlamo vietu, tomēr nevaram garantēt kādu konkrētu vietu. Mēs paturam sev tiesības jebkurā laikā piešķirt vietu vai ierādīt kādu citu, pat pēc iekāpšanas lidmašīnā. Tas var būt nepieciešams operatīvo vai drošības apsvērumu dēļ

5.5. Rezervāciju atkārtota apstiprināšana

5.5.1. Attiecībā uz turpmāko maršrutu un atpakaļceļa rezervācijām var tikt piemērota prasība noteiktā termiņā atkārtoti apstiprināt šīs rezervācijas. Ja nepieciešama atkārtota apstiprināšana, mēs Jūs par to informēsim, kā arī par to, kur un kā to var izdarīt. Mēs varam atcelt turpmākā maršruta un atpakaļceļa rezervācijas, ja šāda prasība ir spēkā un Jūs neesat veikuši atkārtotu apstiprināšanu. Ja Jūs darāt mums zināmu, ka tomēr vēlaties ceļot, un ja attiecīgajā reisā ir brīvas vietas, mēs atjaunosim rezervāciju un nogādāsim Jūs vajadzīgajā vietā. Ja konkrētajā reisā brīvu vietu nav, mēs centīsimies rast risinājumu Jūsu nogādāšanai nākamajā apstāšanās vietā vai galamērķī.

5.5.2. Jums ir jāpārbauda jebkura cita Jūsu ceļojumā iesaistītā pārvadātāja prasības veikt atkārtotu apstiprinājumu. Ja tas tiek pieprasīts, Jums ir jāizdara atkārtots apstiprinājums tam pārvadātājam, kura kods parādās biļetē pie neskaidrā reisa.

6. punkts – Reģistrācija un iekāpšana

6.1. Vispārīgie noteikumi

6.1.1. Reģistrācijas termiņi katrā lidostā atšķiras, tāpēc mēs iesakām iepazīties un ievērot šos reģistrācijas termiņus. Jūsu ceļojums noritēs gludāk, ja veltīsiet pietiekami daudz laika, lai iekļautos reģistrācijas termiņos. Mēs paturam tiesības atsaukt rezervāciju, ja Jūs neievērojat noteiktos reģistrācijas termiņus. Mēs vai mūsu autorizētie aģenti informēs Jūs par reģistrācijas termiņiem uz Jūsu pirmo lidojumu ar mūsu aviosabiedrību. Jums pašiem jāiepazīstas ar reģistrācijas termiņiem turpmākajiem/sekojošiem lidojumiem. Reģistrācijas termiņus uz mūsu reisiem var atrast mūsu lidojumu sarakstā vai uzzināt pie mūsu autorizētajiem aģentiem.

6.1.2. Jums ir jāierodas iekāpšanas vietā ne vēlāk, kā to reģistrācijas laikā esam norādījuši mēs vai mūsu autorizēts aģents.

6.1.3. Ja Jūs neierodaties iekāpšanas vietā savlaicīgi, mēs varam atsaukt Jums rezervēto vietu.

6.1.4. Mēs neesam atbildīgi par zaudējumiem vai izmaksām, kas Jums radušās sakarā ar šajā pantā minēto noteikumu neievērošanu, ja vien tas nav noticis mūsu nolaidības dēļ.

7. punkts – Atteikšanās no pārvadāšanas vai pārvadāšanas ierobežojumi

7.1. Tiesības atteikties no pārvadāšanas

Pamatotu apsvērumu dēļ mēs varam atteikties pārvadāt Jūs vai Jūsu bagāžu, ja mēs esam Jūs rakstiski brīdinājuši, ka pēc paziņojumā norādītā datuma Jūs uz saviem reisiem vairs nepārvadāsim. Šādā gadījumā Jums ir tiesības saņemt naudu atpakaļ. Mēs arī varam atteikties pārvadāt Jūs vai Jūsu bagāžu, ja ir noticis vai arī mums pamats uzskatīt, ka varētu notikt viens vai vairāki no turpmāk minētajiem nosacījumiem:

7.1.1. šāda rīcība ir nepieciešama, lai nodrošinātu valdības likumu, noteikumu un rīkojumu ievērošanu;

7.1.2. Jūsu vai Jūsu bagāžas pārvadāšana var apdraudēt pasažieru vai apkalpes drošību, veselību, vai būtiski ietekmēt ērtības;

7.1.3. Jūsu garīgās vai fiziskās veselības stāvoklis, tai skaitā alkohola vai narkotiku ietekme, rada draudus Jums pašiem, pasažieriem, apkalpei vai īpašumam;

7.1.4. Jūs esat nepiedienīgi uzvedušies iepriekšējā ceļojuma laikā, un mums ir pamats uzskatīt, ka šāda rīcība varētu atkārtoties;

7.1.5. Jūs esat atteikušies iziet drošības pārbaudi;

7.1.6. Jūs neesat samaksājuši noteikto maksu par biļeti, nodokļus, nodevas vai komisijas;

7.1.7. Jums nav derīgu ceļojuma dokumentu, cenšaties iekļūt valstī, kura varētu būt Jūsu tranzīta punkts, vai ieceļošanai, kurā Jums nav derīgu dokumentu, vai arī Jūs lidojuma laikā esat iznīcinājuši vai atsakāties pēc pieprasījuma nodot apkalpei pret parakstu savus ceļojuma dokumentus, vai arī mums ir pamats uzskatīt, ka Jūs netiksiet ielaists valstī, uz kuru dodaties, vai jebkurā citā valstī, caur kuru Jūs ceļojat tranzītā;

7.1.8. Jūs uzrādāt biļeti, kura ir iegūta nelikumīgi, iegādāta no kādas citas organizācijas, kura neesam mēs vai mūsu autorizētais aģents, vai kura pasludināta par nozaudētu vai nozagtu, vai kura ir viltojums, vai arī nevarat pierādīt, ka Jūs esat biļetē minētā persona;

7.1.9. Jūs neesat ievērojuši 3.3. punktā minētās prasības attiecībā uz kuponu secību un izmantošanu, vai arī Jūs uzrādāt biļeti, kuru ir izsniedzis vai kurā izdarījis izmaiņas kāds cits, nevis mēs vai mūsu autorizētais aģents, vai arī biļete ir bojāta;

7.1.10. Jūs neesat ievērojuši mūsu drošības noteikumus.

7.2. Speciālā palīdzība

Pēc iepriekšējas vienošanās mēs pieņemam pārvadāšanai bērnus bez pavadoņa, personas ar ierobežotu rīcībspēju, grūtnieces, slimniekus un cilvēkus ar īpašām vajadzībām. Pasažieriem ar ierobežotām rīcības spējām, kuri biļetes iegādes brīdī ir mūs brīdinājuši par savām īpašajām vajadzībām un kurus mēs esam pieņēmuši pārvadāšanai, pēc tam nedrīkst tikt atteikta pārvadāšana, pamatojoties uz ierobežotām rīcības spējām vai šīm īpašajām vajadzībām.

8. punkts – Bagāža

8.1. Bagāžas bezmaksas pārvadāšana

Saskaņā ar mūsu noteikumiem un ierobežojumiem, kurus mēs vai mūsu autorizētie aģenti izsniedz pēc pieprasījuma, Jūs varat pārvadāt noteiktu bagāžas daudzumu bez maksas.

8.2. Bagāža, par kuru jāpiemaksā

Jums būs jāpiemaksā par bagāžu, kura pārsniedz bez maksas pārvadāšanai atļauto bagāžas daudzumu. Izceļojumus varat saņemt no mums vai mūsu autorizētajiem aģentiem pēc pieprasījuma.

8.3. Priekšmeti, kurus nav atļauts pārvadāt kā bagāžu

8.3.1. Bagāžā nav atļauts pārvadāt:

8.3.1.1. priekšmetus, kuri varētu apdraudēt gaisa kuģi vai personas vai īpašumu, kas atrodas uz tā borta un kuri uzskaitīti Starptautiskās civilās aviācijas organizācijas (ICAO) Tehniskajos noteikumos bīstamo preču drošai pārvadāšanai gaisa satiksmē, Starptautiskās gaisa transporta asociācijas (IATA) noteikumos par bīstamu preču pārvadāšanu un mūsu noteikumos (plašāka informācija tiek sniegta pēc pieprasījuma);

8.3.1.2. priekšmetus, kuru pārvadāšanu aizliedz spēkā esošā likumdošana, noteikumi un valsts, no kuras vai uz kuru tiek veikts lidojums, institūciju izdotie rīkojumi;

8.3.1.3. dzīvniekus, izņemot 8.9. punktā minētos gadījumus;

8.3.1.4. priekšmetus, kurus mēs pamatoti uzskatām par nepiemērotiem pārvadāšanai to bīstamības vai nedrošības dēļ, to svara, izmēra, formas vai īpašību dēļ, vai, kuri ir trausli vai gaistoši un, kuru pārvadāšanai jāņem vērā izmantotā gaisa kuģa tips. Informācija par priekšmetiem, kuri netiek pieņemti pārvadāšanai, ir pieejama pēc pieprasījuma.

8.3.2. Bagāžā aizliegts pārvadāt šaujamočus un munīciju, kas nav paredzēta medībām vai sportam. Medībām vai sportam paredzētie šaujamoči un munīcija var tikt pieņemti kā reģistrētā bagāža. Šaujamočiem ir jābūt nepielādētiem un ar uzliktu drošības aizslēgu, un atbilstoši iepakotiem. Munīcijas pārvadāšanu nosaka ICAO un IATA noteikumi atbilstoši 8.3.1.1. punktā minētajiem nosacījumiem.

8.3.3. Mēs varam pēc saviem ieskatiem pieņemt kā reģistrēto bagāžu tādus ieročus kā antīkie šaujamieroči, zobeni, naži un tamlīdzīgi priekšmeti, bet tos nav atļauts ienest lidmašīnas salonā.

8.3.4. Reģistrētajā bagāžā nedrīkst nodot trauslus, plīstošus priekšmetus, piemēram, brilles, pārtikas produktus, vielas, kuras bojājas vai lietas, kurām ir īpaša vērtība, piemēram, nauda, atslēgas, parakstītās zāles, vērtspapīri vai citas vērtslietas, darījumu dokumenti, pases un citi personu apliecinoši dokumenti vai paraugi, dārglietas, dārgmetāli, personīgās elektroniskās/elektriskās ierīces, piemēram, foto / video kameras, datorus, mobilos telefonus un mūzikas instrumentus.

8.3.5. Ja, neraugoties uz aizliegumu, bagāžā tiek iekļauti 8.3.1., 8.3.2. un 8.3.4. punktā minētie priekšmeti, mēs neuzņemamies atbildību par to nozaudēšanu vai sabojāšanu.

8.4. Tiesības atteikties pārvadāt

8.4.1. Saskaņā ar 8.3.2. un 8.3.3. punktu mēs atsakāmies pārvadāt bagāžā 8.3. punktā minētos priekšmetus, un, atklājot šādus priekšmetus, mēs varam atteikt tos pārvadāt tālāk.

8.4.2. Mēs varam atteikties pārvadāt kā bagāžu jebkuru priekšmetu, kas pēc mūsu ieskatiem nav piemērots pārvadāšanai tā izmēru, formas, svara, sastāva, īpašību dēļ, vai drošības vai operatīvu apsvērumu dēļ, vai arī, lai neapdraudētu citu pasažieru ērtības. Informāciju par priekšmetiem, kuri netiek pieņemti pārvadāšanai bagāžā, Jūs varat saņemt pēc pieprasījuma.

8.4.3. Mēs varam atteikties pieņemt pārvadāšanai bagāžu, ja pēc mūsu domām tā nav atbilstoši un droši iepakota atbilstošā iepakojumā. Informāciju par iepakojumu un iepakojumiem, kas mums nav pieņemami, Jūs varat saņemt pēc pieprasījuma.

8.4.4. Ja Jūs neesat iepriekš ar mums vienojušies, Jūsu bagāžu, kas pārsniedz par brīvu pārvadājamo bagāžas apjomu, mēs varam pārvadāt ar vēlāku reisu, neizmaksājot kompensāciju par aizkavēšanos.

8.5. Tiesības pārmeklēt

Drošības apsvērumu dēļ mēs varam lūgt Jums atļauju pārmeklēt un pārbaudīt ar skeneri Jūs pašu un pārmeklēt, skanēt vai pārbaudīt ar rentgena stariem Jūsu bagāžu. Ja ar Jums nav iespējams sazināties, Jūsu bagāža var tikt pārmeklēta bez Jūsu klātbūtnes, lai pārlicinātos, vai Jums vai Jūsu bagāžā nav kāds no 8.3.1. punktā minētajiem priekšmetiem vai šaujamieroči, munīcija vai ieroči, kurus Jūs neesat mums uzrādījuši saskaņā ar 8.3.2. vai 8.3.3. punktu. Ja Jūs nevēlaties izpildīt šo

lūgumu, mēs varam atteikties pārvadāt Jūs un Jūsu bagāžu. Gadījumā, ja šāda pārmeklēšana vai skanēšana nodara kaitējumu Jums, vai rentgena pārbaude vai skanēšana rada bojājumus Jūsu bagāžai, mēs neesam atbildīgi par šādu nodarījumu, ja vien tas nav noticis mūsu vainas vai nevērtības dēļ.

8.6. Reģistrētā bagāža

8.6.1. Saņemot Jūsu bagāžu, kuru Jūs vēlaties reģistrēt, mēs uzņemamies uzraudzību pār to un izsniedzam identifikācijas birku par katru reģistrētās bagāžas vienību.

8.6.2. Uz reģistrētās bagāžas ir jābūt birkai ar Jūsu vārdu un citiem personas datiem.

8.6.3. Iespēju robežās reģistrētā bagāža tiks nogādāta ar to pašu lidmašīnu, ar kuru ceļojat Jūs, ja vien drošības vai operatīvu apsvērumu dēļ mēs nepieņemam lēmumu pārvadāt to ar citu reisu. Ja Jūsu reģistrētā bagāža tiek nogādāta ar nākamo reisu, mēs Jums to piegādāsim, ja vien likumdošana nenosaka, ka Jums ir jāpiedalās muitas pārbaudē.

8.7. Nereģistrētā bagāža

8.7.1. Bagāžai, kuru Jūs ņemat līdzi lidmašīnā, ir jāatbilst novietošanai zem Jums priekšā esošā sēdekļa vai slēgtajā bagāžas nodalījumā lidmašīnas salonā. Ja Jūsu bagāžu šādi novietot nav iespējams vai arī tās svars pārsniedz atļauto, vai arī kāda iemesla dēļ tā nav uzskatāma par drošu, šī bagāža ir jāpārvadā kā reģistrētā bagāža. Mēs esam noteikuši maksimālos izmērus un svaru bagāžai, kuru Jūs varat ņemt līdzi lidmašīnas salonā. Pēc pieprasījuma Jūs varat saņemt šo informāciju no mums vai mūsu autorizētajiem aģentiem. Šie noteikumi var atšķirties, ja lidojumu veic cits pārvadātājs. Informāciju par šiem noteikumiem Jūs pēc pieprasījuma varat saņemt no pārvadātāja, kurš veic lidojumu. Nepieciešamības gadījumā mēs Jums palīdzēsim saņemt šos noteikumus.

8.7.2. Priekšmetus, kas nav piemēroti pārvadāšanai kravas nodalījumā (piemēram, trauslus mūzikas instrumentus), un kuri neatbilst iepriekš 8.7.1. punktā minētajām prasībām, mēs pieņemam pārvadāšanai lidmašīnas salonā tikai tādā gadījumā, ja Jūs mūs esat iepriekš brīdinājuši un mēs esam devuši tam atļauju. Par šo pakalpojumu mēs varam pieprasīt papildus maksu.

8.8. Reģistrētās bagāžas saņemšana un piegāde

8.8.1. Saskaņā ar 8.6.3. punktu Jums ir jāsaņem sava reģistrētā bagāža galapunktā vai apstāšanās

vietā tiklīdz tas ir iespējams. Ja Jūs to neizņemat atbilstošā laikā, mēs varam iekasēt maksu par bagāžas uzglabāšanu. Ja Jūsu reģistrētā bagāža netiek izņemta trīs (3) mēnešu laikā no brīža, kad to ir bijis iespējams saņemt, mēs varam no šīs bagāžas atbrīvoties, neuzņemoties pret Jums nekādas saistības.

8.8.2. Tikai bagāžas kvīts un bagāžas identifikācijas birkas uzrādītājam ir tiesības saņemt reģistrēto bagāžu.

8.8.3. Ja persona, kura pieprasa reģistrēto bagāžu, nevar uzrādīt bagāžas kvīti vai identificēt bagāžu pēc identifikācijas birkas, mēs piegādāsim bagāžu minētajai personai tikai tādā gadījumā, ja tā var pierādīt savas tiesības uz šo bagāžu.

8.9. Dzīvnieki

8.9.1. Ja mēs piekrītam pārvadāt Jūsu dzīvniekus, tas tiks darīts saskaņā ar šādiem nosacījumiem:

8.9.2. Jums ir jānodrošina, lai dzīvnieki, piemēram, suņi, kaķi, mājputni vai citi mājdzīvnieki tiktu ievietoti atbilstošos krātiņos, un lai tiem būtu derīgas veselības un vakcinācijas apliecības, ieviešanas atļaujas un citi dokumenti, kurus pieprasa valstis, kurās tie tiek ievesti, vai caur kurām tie tiek pārvadāti tranzītā, pretējā gadījumā tie netiks pieņemti pārvadāšanai. Uz minēto pārvadāšanu var attiekties mūsu īpašie nosacījumi, kurus Jūs varat saņemt pēc pieprasījuma.

8.9.3. Ja dzīvnieks tiek pieņemts kā bagāža, kopā ar krātiņu un barību, tas netiek iekļauts par brīvu pārvadājamā bagāžas apjomā, bet veido papildus bagāžu, par kuru ir jāmaksā attiecīga cena.

8.9.4. Saskaņā ar mūsu noteikumiem, kurus Jūs varat saņemt pēc pieprasījuma, suņi - pavadoņi, kuri pavada pasažierus ar ierobežotām rīcības spējām, kopā ar krātiņiem un barību, tiek pārvadāti bez maksas papildus parastajai atļautajai bezmaksas bagāžai.

8.9.5. Ja uz pārvadāšanu neattiecas Konvencijā ietvertie noteikumi par saistībām, mēs neuzņemamies atbildību par dzīvnieka, kuru mēs esam piekrituši pārvadāt, savainošanu, pazušanu, nozaudēšanu, saslimšanu vai nāvi, ja vien tas nav noticis mūsu neuzmanības dēļ.

8.9.6. Mēs neuzņemamies nekādu atbildību, ja kādam no šiem dzīvniekiem nav noformētas nepieciešamās izvešanas un ieviešanas atļaujas, veselības un citi dokumenti, kas nepieciešami dzīvnieka ieviešanai valstī vai izvešanai caur kādu valsti, štatu vai teritoriju, un personai, kura ved šo

dzīvnieku, ir jāatlīdzina mums šajā sakarā uzliktās soda naudas vai radušās izmaksas, zaudējumi vai saistības.

9. punkts – Saraksti, aizkavēšanās, lidojumu atcelšana un reisu pārtraukšana, atteikta iekāpšana un lidojuma klases pazemināšana.

9.1. Saraksti

9.1.1. Sarakstā norādītie lidojumu laiki var mainīties no to publicēšanas brīža līdz lidojuma faktiskajam datumam.

9.1.2. Pirms pasūtījuma pieņemšanas mēs vai mūsu autorizētie aģenti informēs Jūs par konkrētajā datumā paredzēto lidojuma laiku, un šis laiks tiks norādīts arī biļetē. Iespējams, ka pēc biļetes izsniegšanas mums var rasties nepieciešamība mainīt sarakstā paredzēto lidojuma laiku. Ja būsiet norādījuši savu kontaktinformāciju, mēs Jūs brīdināsim par šīm izmaiņām. Ja pēc biļetes iegādes mēs izdarām būtiskas izmaiņas paredzētajā lidojumu grafikā, kuras Jums nav pieņemamas, un mēs nevaram nodrošināt Jums pieņemamu alternatīvu risinājumu lidojumam ar mūsu reisiem, Jums pienākas atlīdzība saskaņā ar punktu 10.2.

9.2. Lidojumu atcelšana un reisu pārtraukšana

9.2.1. Ja vien Konvencijā nav noteikts citādi, ja mēs atceļam lidojumu vai slēdzam reisu, uz kuru jums ir apstiprināta rezervācija un biļete, mēs piedāvājam:

9.2.1.1. pēc iespējas ātrākā laikā pārvadāt jūs ar citu mūsu sarakstā plānoto reisu, uz kura ir vietas bez papildus maksas un, ja nepieciešams pagarināt jūsu biļetes derīguma termiņu līdz mūsu pirmajam lidojumam, uz kura ir brīvas vietas, vai

9.2.1.2. saprātīgā laika posmā nodrošināt jums lidojumu līdz galamērķim, kurš norādīts uz biļetes, izmantojot mūsu lidojumus bez papildus maksas, vai

9.2.1.3. ja jums ir bijis savienotais lidojums ar citu aviosabiedrību, saprātīgā laika posmā nodrošināt jums lidojumu līdz galamērķim, kurš ir norādīts uz biļetes izmantojot mūsu kompānijai pieejamos risinājumus bez papildus maksas. Ja jaunā mainītā lidojuma cena vai maksas ir zemākas nekā samaksāts, mēs jums atgriezīsim cenas starpību, vai

9.2.1.4. atgriezt biļetes vērtību saskaņā ar punktā 10.2. noteikto kārtību

9.2.2. Ja jums netiek savlaicīgi paziņots par atceltu lidojumu vai reisa pārtraukšanu, kuru nav izraisījuši Ārkārtas Apstākļi, no kuriem mēs nebūtu varējuši izvairīties gadījumā, ja tiktu veikti visi saprātīgie pasākumi, lai tos novērstu, jums pienākas atlīdzība saskaņā ar spēkā esošajiem noteikumiem.

9.2.3. Atceļot lidojumu vai pārtraucot reisa izpildi, ja vien Konvencijā vai atbilstošajos noteikumos nav noteikts citādi, iespējas, kuras ir paskaidrotas punktos 9.2.1.1 – 9.2.1.4 ir vienīgās jums pieejamās un jums nebūs vairāk nekādu saistību attiecībā pret jums.

9.3. Ilgstoša aizkavēšanās

9.3.1. Mēs veiksīm visus nepieciešamos pasākumus, lai novērstu ilgu jūsu un jūsu bagāžas pārvadāšanas aizkavēšanos. Tomēr, ja notiks aizkavēšanās, atkarībā no tās ilguma un lidojuma attāluma, mēs nodrošināsim jums palīdzību saprātīgā attiecībā pret gaidīšanas laiku, ņemot vērā, ka šādas palīdzības sniegšana neradīs tālāku reisa aizkavēšanos.

9.3.2. Ja aizkavēšanās rezultātā, jūsu izlidošana tiks aizkavēta par vairāk nekā 5 stundām, jūs 14 dienu ietvaros varēsiet pārcelt lidojumu uz tiem pašiem reisiem, ja ir brīvas vietas, kuri norādīti uz biļetes vai atteikties no lidojuma un saņemt atpakaļ biļetes vērtību saskaņā ar punktā 10.2 noteikto kārtību.

9.4. Atteikta iekāpšana un lidojuma klases pazemināšana

9.4.1. Balstoties uz pieredzi, kura rāda, ka noteikts skaits pasažieru neierodas uz reisu, uz kuru tiem ir rezervētas biļetes, lai nodrošinātu vietas pēc iespējas vairāk pasažieriem, mēs varam apstiprināt lielāku vietu skaitu, nekā to atļauj gaisa kuģa ietilpība (bieži vien saukta par “pieļaujamā vietu skaita pārsniegšanu”). Mēs un arī lielākā daļa citu aviosabiedrību piemēro kompensācijas shēmas pasažieriem, kuriem ir apstiprinātas vietu rezervācijas un kuriem nepamatoti tiek atteikta iekāpšana vietu trūkuma dēļ. Mēs pieliekam visas iespējamās pūles, lai nodrošinātu vietas, uz kurām ir apstiprināta rezervācija. Izvēloties pasažierus pārreģistrēšanai uz citu reisu vai lidojuma klases pazemināšanai, ņemot vērā attiecīgās lidostas drošības un/vai darbības apsvērumus, mēs vispirms meklējam brīvprātīgos, kuri būtu gatavi atteikties no lidojuma ar konkrēto reisu vai piekrt lidojuma

klases pazemināšanai.

9.4.2. Ja mēs nevaram nodrošināt iepriekš apstiprināto vietu, mēs šiem pasažieriem izmaksājam kompensāciju atbilstoši spēkā esošajai likumdošanai un mūsu atteiktas iekāpšanas un lidojuma klases pazemināšanas kompensēšanas noteikumiem. Sīkāku informāciju par kompensācijas noteikumiem varat saņemt mūsu birojā.

9.4.3. Ja Jums ir apstiprināta rezervācija konkrētajam reisam un Jums tiek atteikta iekāpšana vai pazemināta lidojuma klase sakarā ar pieļaujamā pasažieru skaita pārsniegšanu, saskaņā ar valdības un/vai mūsu noteikumiem Jums ir tiesības saņemt atteiktas iekāpšanas un/vai lidojuma klases pazemināšanas kompensāciju.

9.4.4. Papildus kompensācijai par atteiktu iekāpšanu, mēs segsim arī pamatotās izmaksas par ēdināšanu un naktsmītni līdz nākamajai iespējamajai izlidošanai.

10. punkts – Izdevumu atlīdzināšana

10.1. Persona, kurai tiek atlīdzināti izdevumi

10.1.1. Mēs atlīdzinām biļetes vai tās neizmantotās daļas cenu atbilstoši spēkā esošajiem braukšanas maksas noteikumiem vai tarifiem sekojošos gadījumos:

10.1.2. ja šajā punktā nav noteikts citādi, mums ir tiesības atlīdzināt izmaksas biļetē norādītajai personai vai personai, kura ir samaksājusi par biļeti, uzrādot šāda maksājuma pamatojumu;

10.1.3. ja par biļeti ir samaksājusi cita persona, nevis tajā norādītais pasažieris, un ja biļetē ir norāde par izmaksu atlīdzināšanas ierobežojumiem, mēs atlīdzinām izmaksas tikai personai, kura ir izdarījusi maksājumu par biļeti, vai pēc tās personas rīkojuma.

10.1.4. Izņemot gadījumus, kad biļete ir nozaudēta, izmaksas tiek atlīdzinātas, tikai iesniedzot biļeti un visus neizmantotos lidojuma kuponus.

10.2. Neparedzēta izmaksu atlīdzināšana

10.2.1. Gadījumā, ja mēs atceļam reisu, neveicam lidojumu pēc grafika, nenolaižamies Jūsu apstāšanās vietā vai galapunktā, radām situāciju, kur Jūs nokavējat savienojošo reisu, uz kuru Jums

ir rezervācija, vai arī nomainām lidojuma pārvadātāju, un šis fakts Jums iepriekš nav darīts zināms un Jums nav pieņemams, atlīdzības summa ir:

10.2.1.1. ja nav izmantota neviena biļetes daļa, par lidojumu samaksātās cenas apmērā;

10.2.1.2. ja daļa no biļetes ir izmantota, atlīdzība ir ne mazāka kā starpība starp samaksāto cenu un spēkā esošo biļetes cenu lidojumam starp punktiem, starp kuriem biļete ir izmantota.

10.3. Brīvprātīga izmaksu atlīdzināšana

10.3.1. Ja Jums pienākas atlīdzība par biļeti citu iemeslu dēļ, nekā norādīts 10.2. punktā, atlīdzības apmērs ir:

10.3.1.1. ja nav izmantota neviena biļetes daļa, vienāda ar samaksāto cenu par lidojumu, atskaitot jebkuras pamatotās apkalpošanas vai atcelšanas maksas;

10.3.1.2. ja kāda biļetes daļa ir izmantota, atlīdzība ir vienāda ar starpību starp samaksāto cenu un spēkā esošo biļetes cenu lidojumam starp punktiem, starp kuriem biļete ir izmantota, atskaitot jebkuras pamatotās apkalpošanas vai atcelšanas maksas.

10.4. Atlīdzība biļetes nozaudēšanas gadījumā

10.4.1. Ja Jūs nozaudējat biļeti vai kādu tās daļu, samaksājot attiecīgo administratīvo maksu, atlīdzība tiek izmaksāta, tiklīdz tas ir iespējams pēc biļetes derīguma termiņa izbeigšanās, pie nosacījuma, ja:

10.4.1.1. nozaudētā biļete vai tās daļa nav izmantota, iepriekš jau atlīdzināta vai nomainīta, ja vien mūsu pašu paviršības dēļ atlīdzība nav izmaksāta kādai trešajai personai vai biļeti nav apmainījusi kāda trešā persona, un, ja persona, kurai tiek izmaksāta atlīdzība, apņemas mūsu noteiktajā kārtībā krāpšanas gadījumā atmaksāt mums šīs atlīdzības summu un/vai summu, par kuru nozaudēto biļeti vai tās daļu ir izmantojusi trešā persona (izņemot gadījumus, kad krāpšana vai biļetes izmantošana no trešo personu puses ir notikusi mūsu neuzmanības dēļ).

10.4.2. Ja biļeti vai tās daļu esam nozaudējuši mēs vai mūsu autorizētais aģents, mēs nesam atbildību par šo zaudējumu.

10.5. Tiesības atteikties izmaksāt atlīdzību

10.5.1. Mēs varam atteikties izmaksāt atlīdzību, ja pieteikums iesniegts pēc biļetes derīguma termiņa izbeigšanās.

10.5.2. Mēs varam atteikties izmaksāt atlīdzību par mums vai valsts amatpersonām uzrādīto biļeti, ja tā kalpo kā pierādījums nodomam izceļot no valsts, ja vien Jūs nesniedzat pietiekamu apliecinājumu tam, ka Jums ir atļauja palikt konkrētajā valstī, vai arī, ka Jūs atstāsiet valsti, izmantojot citu pārvadātāju vai citu transporta veidu.

10.6. Valūta

Visas atlīdzības tiek izmaksātas saskaņā ar tās valsts likumdošanu, noteikumiem vai rīkojumiem, kurā biļete ir iegādāta, un tās valsts likumiem un noteikumiem, kurā tiek izmaksāta atlīdzība. Saskaņā ar iepriekš minēto nosacījumu atlīdzība parasti tiek izmaksāta tādā pašā veidā un tajā pašā valūtā, kādā tā tikusi iegādāta, bet pēc mūsu ieskatiem var tikt izmaksāta arī citā valūtā.

10.7. Kas izmaksā atlīdzību

Brīvprātīgās atlīdzības izmaksas veic tikai tas pārvadātājs vai tā autorizētie aģenti, kurš ir izsniedzis biļeti.

11. punkts – Uzvedība lidmašīnā

11.1. Vispārējie noteikumi

Ja mums ir pamats uzskatīt, ka Jūsu uzvedība apdraud lidmašīnu vai kādu personu vai īpašumu, kas tajā atrodas, vai traucē apkalpei veikt tās pienākumus vai neatbilst apkalpes norādījumiem, tai skaitā, bet neaprobežojoties ar norādījumiem attiecībā uz smēķēšanu, alkohola vai narkotiku lietošanu, vai rada neērtības, zaudējumus vai traumas pārējiem pasažieriem vai apkalpei, mēs varam pēc saviem ieskatiem pieņemt nepieciešamos mērus, to skaitā izolāciju, lai novērstu šādu uzvedību. Jums jebkurā brīdī var atteikt turpmāku ceļojumu, un pret Jums var tikt izvirzīta apsūdzība par lidmašīnā izdarītajiem pārkāpumiem.

11.2. Elektroniskās ierīces

Drošības apsvērumu dēļ mēs varam aizliegt vai ierobežot elektronisko ierīču lietošanu lidmašīnā, to skaitā, bet neaprobežojoties ar mobilajiem telefoniem, portatīvajiem datoriem, pārnēsājamajiem magnetofoniem, portatīvajiem radioaparātiem, kompaktdisku atskaņotājiem, elektroniskajām spēlēm vai pārraides ierīcēm, to skaitā radio vadāmām rotaļlietām un rācijām. Dzirdes aparātu un elektronisko sirds stimulatoru lietošana ir atļauta.

11.3. Smēķēšana

Mūsu valdījumā vai īpašumā esošajā lidmašīnās ir kategoriski aizliegts smēķēt. Ja Jūs, atrodoties uz mūsu īpašumā vai valdījumā esoša gaisa kuģa, smēķējat, tad Jums ir jāmaksā mums soda nauda LVL 500 (pieci simti) latu apmērā.

11.4. Alkohola lietošana

Mūsu valdījumā vai īpašumā esošajā lidmašīnā ir kategoriski aizliegts lietot alkoholu, ja vien tas nav nopirkts lidojuma laikā no mums, ko apliecina pirkuma čeks. Par tāda alkohola lietošanu, atrodoties uz mūsu īpašumā vai valdījumā esoša gaisa kuģa, kas nav iegādāts no mums, ko apliecina pirkuma čeks, Jums ir jāmaksā mums soda nauda LVL 500 (pieci simti) latu apmērā.

11.5. Mobilā telefona lietošana

Atrodoties uz mūsu īpašumā vai valdījumā esoša gaisa kuģa, Jums ir aizliegts sarunāties pa mobilo telefonu. Ja Jūs sarunāsities pa mobilo telefonu, atrodoties uz mūsu īpašumā vai valdījumā esoša gaisa kuģa, tad Jums ir jāmaksā mums soda nauda LVL 500 (pieci simti) latu apmērā.

12. punkts – Vienošanās par papildus pakalpojumiem

12.1. Kompleksie tūrisma pakalpojumi

12.1.1. Iegādājoties Komplekso tūrisma pakalpojumu, Jūs ar mums slēdzat līgumu. Papildus šiem Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumiem uz šo līgumu attiecas arī šajā punktā izklāstītie Kompleksā tūrisma pakalpojuma noteikumi, noteikumi, kuri Jums tiek parādīti, veicot pasūtījumu un attiecīgā pakalpojuma sniedzēja noteikumi, piemēram, viesnīcas vai auto nomas noteikumi.

12.1.2. Ja Jūs vēlaties izmaiņas Jūsu pasūtītajā Kompleksajā tūrisma pakalpojumā vai vēlaties atcelt savu Komplekso tūrisma pakalpojumu, Jums par to ir jāpaziņo mums cik drīz vien iespējams.

Izdarīt izmaiņas ne vienmēr var būt iespējams un tās ir spēkā tikai pēc mūsu apstiprinājuma. Maksa un līgumsods par izmaiņām vai atcelšanu, kā arī datums, līdz kuram ir iespējams veikt kompleksā tūrisma pakalpojuma atcelšanu, tiks Jums norādīts, veicot pasūtījumu.

12.1.3. Pasūtījuma izdarīšanas brīdī no Jūsu kredītkartes vai debetkartes tiks noskaitīta pilna maksa par Komplekso tūrisma pakalpojumu. Līgums ar Jums tiek noslēgts brīdī, kad Jūs esat samaksājis maksu par Komplekso tūrisma pakalpojumu un kad Jūs esat saņēmis apliecinājumu no mums par Jūsu pasūtījuma akceptu.

12.1.4. Gadījumā, ja Jums rodas problēmas sakarā ar mūsu sniegtajiem Kompleksajiem tūrisma pakalpojumiem, Jūs vienmēr varat griezties pie mūsu pārstāvjiem katrā mūsu lidojuma galamērķī. Mūsu pārstāvju kontaktinformācija ir pieejama airbaltic.lv.

12.1.5. Lai gan tas ir maz ticams, bet, ja mēs kļūstam maksātnespējīgi un Jūs esat pie mums iegādājušies Komplekso tūrisma pakalpojumu, Jums jāgriežas pie Jūsu samaksātās naudas apdrošinātāja A/s „BTA”, K.Valdemāra ielā 63, Rīgā, tālr. 261... .

12.1.6. Ja Jūs vēlaties iesniegt sūdzību, lūdzu pēc iespējas ātrāk rakstveidā paziņojiet attiecīgajam pakalpojuma sniedzējam vai mūsu pārstāvim.

12.2. Citi pakalpojumi

12.2.1. Ja mēs noslēdzam vienošanos ar kādu trešo personu par jebkuru citu pakalpojumu sniegšanu Jums, kas nav gaisa pārvadājumi, vai arī, ja mēs izsniedzam biļeti vai ceļazīmi transporta pakalpojumiem (izņemot gaisa pārvadājumus), kurus sniedz kāda trešā persona, piemēram, viesnīcu rezervēšanas un automašīnu īres pakalpojumiem, un šie pakalpojumi nav daļa no Kompleksā tūrisma pakalpojuma, šādā gadījumā mēs rīkojamies vienīgi kā Jūsu aģents. Šādā gadījumā ir spēkā pakalpojuma sniedzēja - trešās personas noteikumi. Mēs neesam atbildīgi par šiem pakalpojumiem, nedz arī par darbībām vai bezdarbību šo papildu pakalpojumu sniegšanā vai nespēju nodrošināt minētos papildu pakalpojumus, izņemot atbildību par mūsu pieļauto nolaidību, vienojoties par minētajiem pakalpojumiem, izņemot atbildību par mūsu pieļauto nolaidību, vienojoties par minētajiem pakalpojumiem, un atbildību par to izmantošanu nosaka un ierobežo 15.punktā minētie nosacījumi.

12.2.2. Maksa par pārskaitījumu un maksa par papildus pakalpojumiem tādiem kā reģistrētā un speciālā bagāža, iepriekš apmaksātas maltītes, lidostas ekspress autobusa pārvadājums netiek atmaksāta pakalpojuma atcelšanas vai izmaiņu gadījumos.

13. punkts – Administratīvās formalitātes

13.1. Vispārējie noteikumi

13.1.1. Jūs esat atbildīgi par visu nepieciešamo ceļojuma dokumentu un vīzu saņemšanu un par visu likumu, noteikumu, rīkojumu, ceļošanas un citu prasību ievērošanu valstīs, no kurām Jūs izlidojat, kurās ielidojat un caur kurām ceļojat tranzītā.

13.1.2. Mēs neuzņemamies atbildību par sekām, kas var rasties pasažieriem sakarā ar šo dokumentu un vīzu neesamību vai minēto likumu, noteikumu, rīkojumu, prasību vai norādījumu neievērošanu.

13.2. Dokumenti ceļojumam

Pirms ceļojuma Jums ir jāuzrāda visi attiecīgo valstu likumdošanā, noteikumos, rīkojumos vai citās prasībās noteiktie izbraukšanas, ieceļošanas, veselības un citi dokumenti, un jāļauj mums izgatavot un paturēt to kopijas. Mēs paturam sev tiesības atteikt pārvadāšanu, ja Jūs neesat izpildījuši šīs prasības, vai arī, ja Jūsu ceļojuma dokumenti nav kārtībā, vai ja Jūs neļaujiet mums izgatavot to kopijas.

13.3. Atteikums iebrukšanai valstī

Ja Jums tiek liegta iebrukšana kādā valstī, Jūsu pienākums ir apmaksāt attiecīgās valsts valdības mums uzliktos sodus un citus maksājumus un segt transporta izmaksas, kas saistītas ar Jūsu nogādāšanu no šīs valsts. Biļetes cena par braucienu līdz vietai, kur saņemts atteikums vai liegta iebrukšana valstī netiek atgriezta.

13.4. Pasažieru atbildība par soda naudas samaksu, aizturēšanas un tamlīdzīgām izmaksām

Ja mums tiek pieprasīts samaksāt soda naudas vai segt izmaksas sakarā ar to, ka Jūs neesat ievērojuši attiecīgo valstu likumu, noteikumu, rīkojumu vai citu ceļojuma nosacījumu prasības vai neesat uzrādījuši nepieciešamos dokumentus, pēc mūsu pieprasījuma Jums ir jāatmaksā jebkuri šāda veida izdevumi, ja vien tie nav radušies mūsu nolaidības dēļ. Šo izdevumu segšanai mēs varam

izmantot jebkuru Jūsu biļetē ietverto neizmantoto pārvadājuma vērtību vai jebkurus Jūsu līdzekļus, kas ir mūsu rīcībā.

13.5. Muitas pārbaude

Ja tas tiek pieprasīts, Jums ir jāpiedalās muitas vai valdības ierēdņu veiktajā Jūsu bagāžas pārbaudē. Mēs neesam atbildīgi par Jums radītajiem zaudējumiem vai kaitējumu šīs pārbaudes laikā vai sakarā ar Jūsu nepakļaušanos šai prasībai.

13.6. Drošības pārbaude

Jums ir jāpakļaujas jebkurai valdības vai lidostas ierēdņu, pārvadātāju vai mūsu veiktajai drošības pārbaudei.

14. punkts – Vairāki pārvadātāji

Konvencijas izpratnē pārvadājumi, kurus veicam mēs un citi pārvadātāji vienas vai savienojosu biļešu ietvaros ir uzskatāmi par vienu lidojumu, tomēr pievērsiet uzmanību 15.1.2.(b) punktam.

15. punkts – Atbildība

15.1. Vispārējie noteikumi

airBaltic un jebkura cita Jūsu ceļojumā iesaistītā pārvadātāja atbildību noteiks faktiskā pārvadātāja pārvadāšanas noteikumi.

Ja mēs izrakstām biļeti lidojumam, kuru veic cits pārvadātājs, mēs to darām tikai kā šī pārvadātāja aģents un mēs neuzņemamies nekādu atbildību par šo lidojumu.

Mūsu atbildības nosacījumi ir sekojoši:

15.1.1. ja vien šajos noteikumos nav paredzēts citādi, uz šeit minētajiem pārvadājumiem attiecas Konvencijā paredzētie nosacījumi par atbildību, pat ja šie pārvadājumi nav starptautiski pārvadājumi, attiecībā uz kuriem Konvencija ir obligāta.

15.1.2.(a) Jebkuru mūsu atbildību par bojājumiem mazina nolaidība no Jūsu puses, kura atbilstoši

spēkā esošajai likumdošanai ir izraisījusi vai veicinājusi to rašanos.

15.1.2.(b) Mēs esam atbildīgi tikai par bojājumiem, kas radušies pārvadājuma laikā lidojuma segmentos, kur mūsu pārvadātāja apzīmējuma kods norādīts biļetes sadaļā “Pārvadātājs” konkrētajam lidojumam vai lidojuma segmentam. Ja mēs izsniedzam biļeti vai reģistrējam bagāžu pārvadāšanai ar citu pārvadātāju, mēs to darām tikai kā šī pārvadātāja aģents. Neraugoties uz to, prasību attiecībā uz reģistrēto bagāžu Jūs varat izvirzīt vai nu pirmajam, vai pēdējam pārvadātājam.

15.1.2.(c) Mēs neesam atbildīgi par kaitējumu, kas radies sakarā ar to, ka mēs esam ievērojuši spēkā esošo likumdošanu vai valdības likumus un noteikumus, vai sakarā ar to, ka tos neesat ievērojuši Jūs.

15.1.2.(d) Mēs nesam atbildību pret Jums tikai par pierādītajiem kompensējamiem zaudējumiem, kurus var atlīdzināt un izdevumiem saskaņā ar Konvenciju.

15.1.2.(e) Mēs neesam atbildīgi par jebkuru slimību, savainojumu vai nespēju, kā arī nāvi, kas attiecināma uz Jūsu vecumu, garīgo vai fizisko stāvokli, nedz arī par šāda stāvokļa pasliktināšanos.

15.1.2.(f) Mūsu atbildība ir atkarīga no Jūsu iespējas uzrādīt attiecīgu dokumentāciju noteiktā termiņā, tai skaitā, atbilstošos gadījumos ar dokumentu apstiprinātu pierādījumu pirkumam, kurā ir norādīts datums un pirkuma cena. Ja būsīm atbildīgi par bagāžu, var tikt ieturēts tās nolietojums.

15.1.2.(g) Līgums par pārvadāšanu, tai skaitā arī šie Pārvadāšanas noteikumi un izņēmumi un atbildības ierobežojumi attiecas uz mūsu autorizētajiem aģentiem, apkalpojošo personālu, darbiniekiem un pārstāvjiem tādā pašā mērā, kādā tie attiecas uz mums. Kopējā no mums un iepriekš minētajiem autorizētajiem aģentiem, apkalpojošā personāla, darbiniekiem un pārstāvjiem atgūstamā summa nedrīkst pārsniegt mūsu atbildības apjomu, ja tāda ir.

15.1.2.(h) Neviena no šajos Pārvadāšanas noteikumos ietvertajiem nosacījumiem neatsauc nevienu no Konvencijā vai spēkā esošajā likumdošanā paredzētajiem mūsu atbildības izņēmumiem vai ierobežojumiem, ja nav īpaši noteikts citādi.

15.2. Bagāža

15.2.1. Mēs neesam atbildīgi par bojājumiem, kas radušies neregistrētajai bagāžai, ja vien tas nav

noticis mūsu nolaidības dēļ.

15.2.2. Izņemot gadījumus, kad bojājumi radušies ļaunprātīgas rīcības vai bezdarbības rezultātā, vai arī paviršības dēļ, un, apzinoties, ka tās rezultātā varētu rasties bojājumi, mūsu atbildība reģistrētās bagāžas bojājumu gadījumā ir ierobežota ar SDR 1000 katram pasažierim.

15.2.3. Ja jūsu reģistrētās bagāžas vērtība pārsniedz mūsu maksimālo atbildību, Jums pirms lidojuma ir jānodrošina reģistrētās bagāžas pilna apdrošināšana.

15.2.4. Ja vien tas nav noticis mūsu nolaidības dēļ, mēs neesam atbildīgi par bojājumiem, kurus ir nodarījusi Jūsu bagāža, un Jums ir jāuzņemas atbildība par bojājumiem, kurus Jūsu bagāža ir nodarījusi citām personām vai citu personu, tai skaitā arī mūsu, īpašumam.

15.2.5 Mēs neuzņemamies nekādu atbildību par bojājumiem, kas nodarīti priekšmetiem, kurus saskaņā ar 8.3. punktu nav atļauts pārvadāt reģistrētajā bagāžā, tai skaitā trausliem priekšmetiem un precēm, kuras ātri bojājas, īpaši vērtīgiem priekšmetiem, piemēram, naudai, atslēgām, izrakstītām zālēm, rotaslietām, dārgmetāliem, datoriem, personīgajām elektroniskajām ierīcēm, mobilajiem telefoniem, vērtīgiem dokumentiem, vērtspapīriem, atslēgām un citiem vērtīgiem darījumu dokumentiem, pasēm un citiem personu apliecinošiem dokumentiem vai paraugiem.

15.2.6 Mēs neuzņemamies nekādu atbildību par kosmētiskiem un/vai virspusējiem bojājumiem, kuri radīti bagāžai standarta pielietojumā pārvadāšanas procesā.

15.3. Kaitējums personai u.c.

15.3.1. Mūsu atbildībai pasažieru nāves vai ievainojuma gadījumā netiks uzlikti nekādi likumā, Varšavas Konvencijā vai citādi noteiktie finansiālie ierobežojumi.

15.3.2. Ja mēs varēsim pierādīt, ka pasažieru nāvi vai ievainojumus nav izraisījusi mūsu kompānijas vai darbinieku, vai aģentu neizdarība, vai cita nelikumīga darbība, vai nolaidība, vai šie kaitējumi radušies vienīgi trešās puses neizdarības vai citas nelikumīgas darbības, vai nolaidības dēļ, mūsu atbildība nebūs lielāka kā SDR 100000 par katru personu.

15.3.3. Šeit minētie punkti 15.3.1. un 15.3.2 neattiecas uz prasībām, kuras iesniedz aizstāvošās sabiedriskās sociālās apdrošināšanas vai tamlīdzīgās iestādes. Mēs izmaksāsim Jums vai Jūsu apgādājamiem atgūstamo zaudējumu kompensāciju papildus tiem maksājumiem, kurus saņemsiet

no jebkuras sabiedriskās sociālās apdrošināšanas vai tamlīdzīgas iestādes.

15.3.4. Nekas no šajos noteikumos minētā nevar ietekmēt mūsu tiesības attiecībā uz jebkurām prasībām, kuras izvirza kāda persona, kādas personas vārdā vai attiecībā uz kādu personu, kura apzināti izraisījusi kaitējumu, kura rezultātā iestājusies Jūsu nāve, gūts ievainojums vai cita veida ķermeņa trauma.

15.3.5. Proporcionāli piedzīvotajiem zaudējumiem, mēs nekavējoties un jebkurā gadījumā ne vēlāk kā piecpadsmit (15) dienas pēc tam, kad tiks noskaidrota īstās personas identitāte, kurai ir tiesības saņemt kompensāciju, izmaksāsim tik lielu avansu, kāds varētu būt nepieciešams tūlītējo izdevumu segšanai.

Nenoliedzot augstāk minēto nāves gadījumā, avansa izmaksa par katru pasažieri latos nebūs mazāka par naudas summu, kura atbilst SDR 16000.

Avansa izmaksa neliecinās par atbildības atzīšanu un var tikt uzskatīts kā maksājums saskaņā ar mūsu atbildību, kurš nav jāatgriež, izņemot:

(i) gadījumus, kad mēs pierādīsim, ka kaitējumu radījusi vai veicinājusi ievainotā vai saslimušā pasažiera nolaidība, vai

(ii) gadījumos, kad vēlāk tiek pierādīts, ka persona, kura ir saņēmusi avansa maksājumu ir izraisījusi vai ar savu nolaidību veicinājusi kaitējumu, vai arī nav bijusi tiesīga saņemt kompensāciju.

15.3.6. Mūsu atbildības apdrošināšanas garantija vismaz SDR 100000 par katru pasažieri.

16. punkts – Grozījumi

Izmaiņas šajos noteikumos varam veikt rakstiski tikai mēs vai mūsu autorizētie aģenti.

17. punkts – Laika ierobežojumi prasību pieteikšanai un lietu ierosināšanai

17.1. Prasību pieteikšana

Ja bagāžas kvīts uzrādītājs ir bez pretenzijām pieņēmis bagāžu, tas ir pietiekams pierādījums tam, ka bagāža ir piegādāta labā stāvoklī un atbilstoši Pārvadāšanas noteikumiem, ja vien Jūs nepierādāt

pretējo.

Ja Jūs vēlaties pieteikt prasību vai ierosināt lietu par reģistrētajai bagāžai nodarītajiem bojājumiem, Jums mūs ir par to jābrīdina, tiklīdz konstatējat bojājumu, bet vēlākais septiņu (7) dienu laikā pēc bagāžas saņemšanas. Ja Jūs vēlaties pieteikt prasību vai ierosināt lietu par reģistrētās bagāžas aizkavēšanos, Jums mūs par to ir jābrīdina divdesmit vienas (21) dienas laikā pēc bagāžas nonākšanas Jūsu rīcībā. Katrs šāds paziņojums ir jāiesniedz rakstiski.

17.2. Ierobežojumi lietu ierosināšanai

Jebkuras tiesības uz zaudējumu atlīdzību zūd, ja lieta nav ierosināta divu gadu laikā pēc ierašanās galapunktā, vai pēc datuma, kad lidmašīnai pēc saraksta bija jāierodas galapunktā, vai pēc datuma, kad pārvadāšana tika pārtraukta. Ierobežojuma perioda aprēķināšanas metodi nosaka tās tiesas likumdošana, kurā tiek izskatīta lieta.

18. punkts – Citi nosacījumi

Jūs un Jūsu bagāžas pārvadāšana tiek veikta saskaņā arī ar citiem likumiem un noteikumiem, kuri uz mums attiecas, vai kurus mēs esam pieņēmuši saistībā ar lidojumu drošību, precizitāti un pasažieru ērtībām. Šie likumi un noteikumi ar tajos izdarītajām izmaiņām ir būtiski svarīgi. Cita starpā tie attiecas uz nepilngadīgu personu pārvadāšanu bez pavadītāja, pasažieru ar ierobežotām rīcības spējām, grūtnieču, slimu pasažieru pārvadāšanu, ierobežojumiem, kas saistīti ar elektronisko ierīču un priekšmetu lietošanu, noteiktu bīstamu priekšmetu transportēšanu un alkoholisku dzērienu un tabakas izstrādājumu lietošanu lidmašīnā.

Likumus un noteikumus, kas attiecas uz šiem jautājumiem, Jūs varat saņemt no mums pēc pieprasījuma.

19. punkts – Interpretācija

Pārvadāšanas noteikumu punktu nosaukumi ir doti tikai ērtības labad un nav izmantojami teksta interpretācijai.

20.punkts - Strīdu risināšanas kārtība

Šim līgumam piemērojams Latvijas likums. Strīdi, kurus nav iespējams atrisināt sarunu ceļā,

izšķirami pēc prasītāja izvēles Starptautiskajā komercdarījumu Arbitrāžas tiesā Rīgā vai Latvijas Republikas tiesā pēc piekritības. Izskatot lietu šķīrējtiesā, puses vienojas, ka šķīrējtiesnešu skaits būs trīs, un šķīrējtiesas izskatīšanas valoda – latviešu.

Ņemiet vērā!

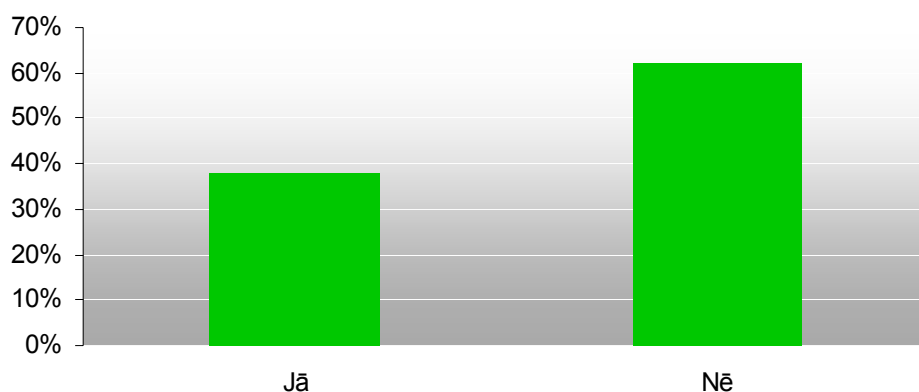
Dotās cenas un informācija atsauc jebkuru iepriekš publicēto informāciju, un tā var tikt labota vai atsaukta pēc vienpusēja airBaltic lēmuma.

4. pielikums

„airBaltic” klientu aptaujas rezultāti

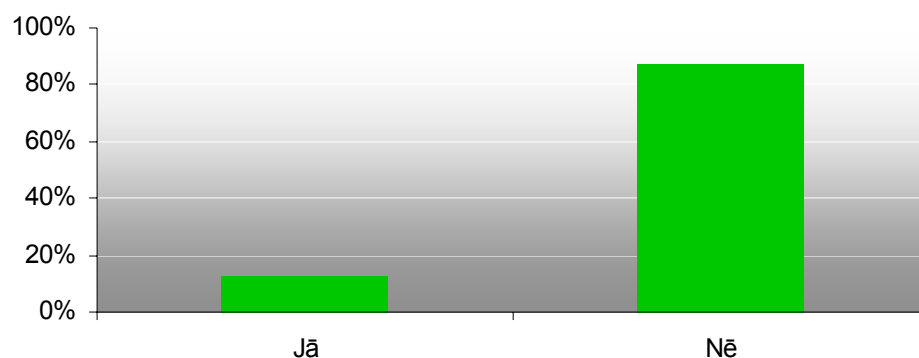
- Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt „airBaltic” „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumus”, kuros ir informācija par to, kādos gadījumos, kuri noteikumi tiek piemēroti, klienta un aviokompānijas atbildība, bagāžas un dzīvnieku pārvadāšanas noteikumi?

Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt "airBaltic" "Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumus"?



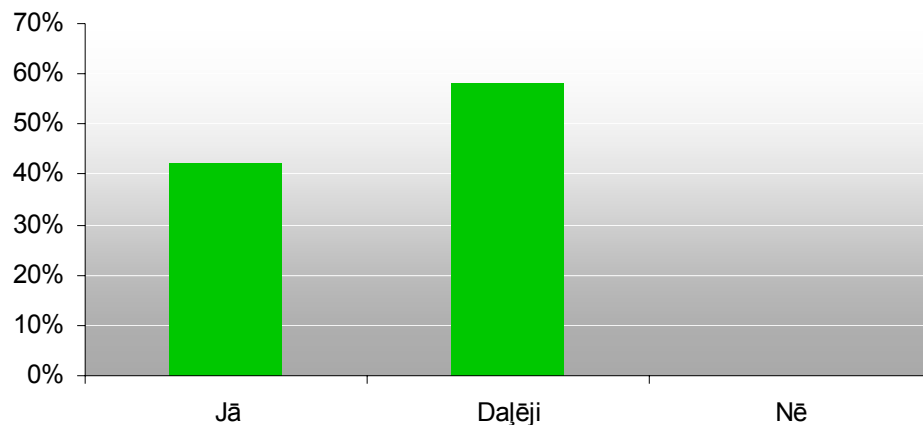
- Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt „airBaltic” „Cenas un noteikumi” , kuros tiek skaidroti noteikumi, ja ceļojumā dodas ar bērnu?

Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt „airBaltic” „Cenas un noteikumi” , kuros tiek skaidroti noteikumi, ja ceļojumā dodas ar bērnu?



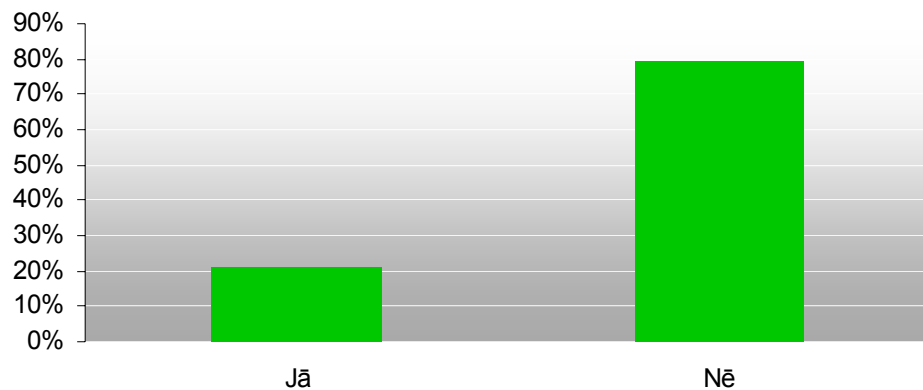
- Vai šie noteikumi Jums bija saprotami? (No tiem, kas lasījuši)

Vai šie noteikumi Jums bija saprotami? (No tiem, kas lasījuši)



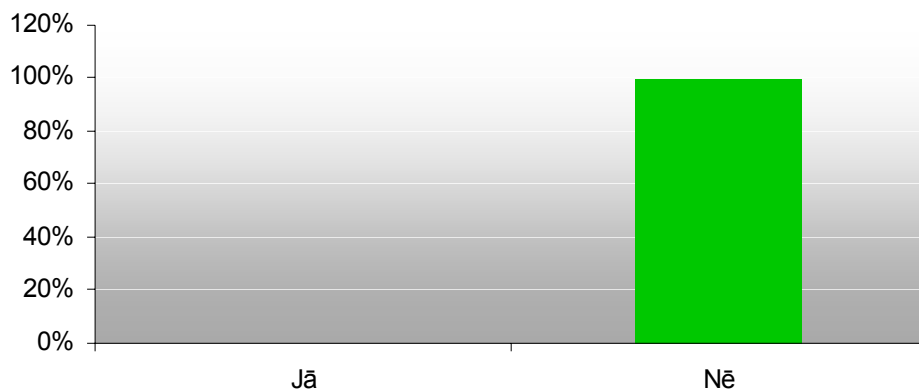
- Vai Jums ir bijusi nepieciešamība izmantot šos noteikumus savā labā? (No tiem, kas lasījuši)

Vai Jums ir bijusi nepieciešamība izmantot šos noteikumus savā labā? (no tiem, kas lasījuši)



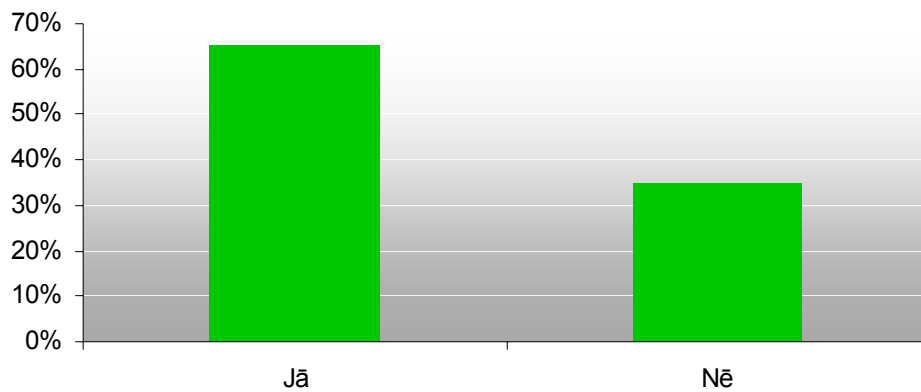
- Vai „airBaltic” ir vērsusies pie Jums ar prasībām uz šo noteikumu pamata?

Vai „airBaltic” ir vērsusies pie Jums ar prasībām uz šo noteikumu pamata?



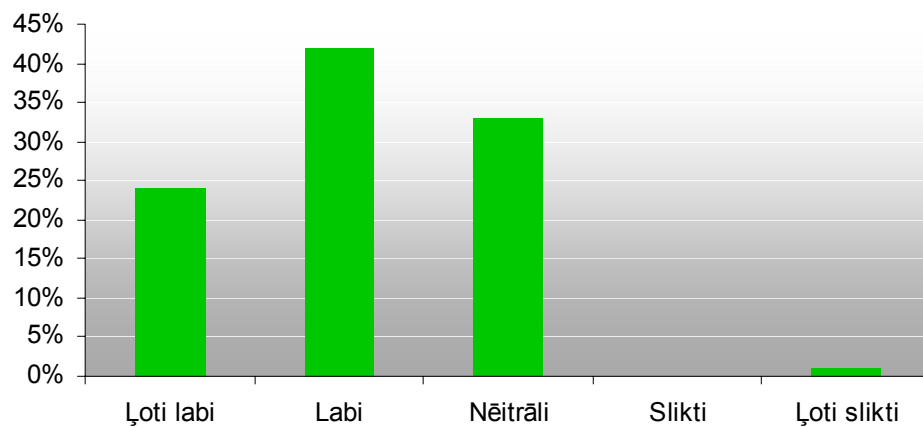
- Vai noteikumos iekļautā informācija bija pietiekama? (no tiem, kas lasījuši)

Vai noteikumos iekļautā informācija bija pietiekama? (no tiem, kas lasījuši)



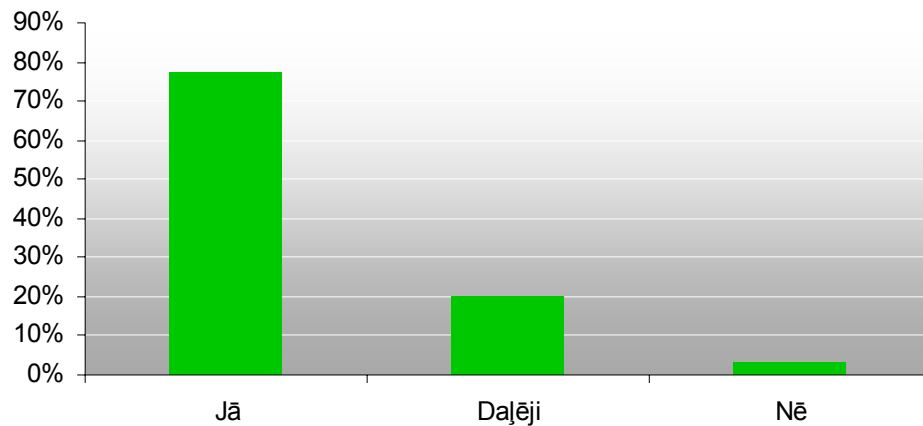
- Kā Jūs vērtējat „airBaltic” darbinieku komunikāciju ar Jums?

Kā Jūs vērtējat „airBaltic” darbinieku komunikāciju ar Jums?



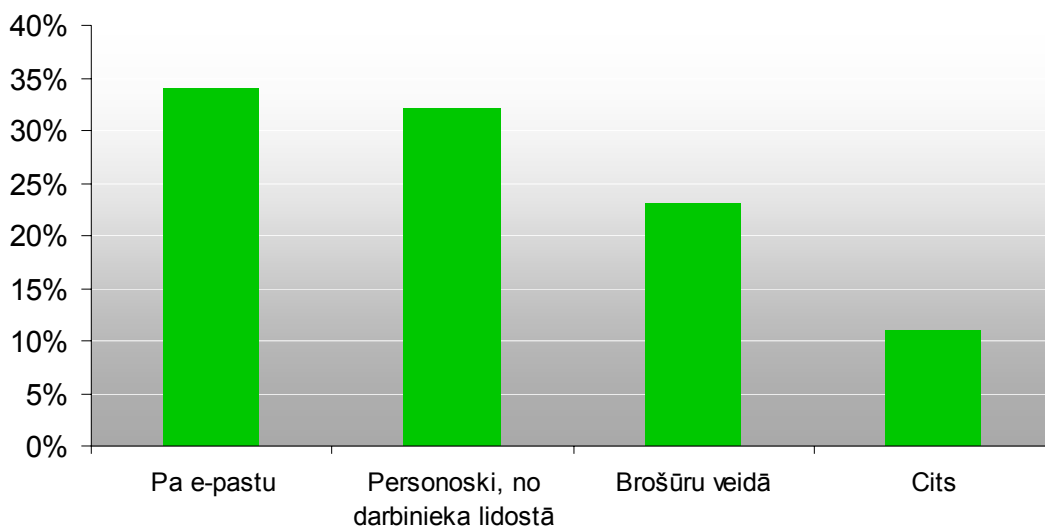
- Vai darbinieku sniegtā informācija bija saprotama?

Vai darbinieku sniegtā informācija bija saprotama?



- Kādā veidā Jūs labprātāk saņemtū informāciju par „airBaltic” prasībām un noteikumiem pret klientiem?

Kādā veidā Jūs labprātāk saņemtū informāciju par "airBaltic" prasībām un noteikumiem pret klientiem?



5. pielikums

Stjuartu ievadrūnas satūra standarts

Labrīt / labdien / labvakar, Dāmas un Kungi!

Lidmašīnas kapteinis _____ (vārds, uzvārds) un apkalpe sveic Jūs _____ lidmašīnā _____ lidojumā uz _____.

Lidojuma ilgums ___st _____min.

Lūdzam Jūs uzmanīgi noklausīties informāciju par drošības un glābšanas līdzekļiem, kas atrodas lidmašīnā:

- Drošības instrukcija atrodas priekšā esošā krēsla kabatā.
- Lidmašīnai ir 6 avārijas izejas: 2 atrodas salona priekšējā daļā, 2 vidējā – virs spārniem un 2 aizmugurējā daļā. Tās apzīmētas ar gaismas zīmēm. Grīdas apgaismojums norāda ceļu līdz tām.
- Gaisa spiediena pazemināšanās gadījumā, automātiski atveras panelis virs jūsu krēsla un izsviež skābekļa maskas. Maskas paraušana nodrošina skābekļa pieplūdi. Šīs maskas ir jāuzliek uz deguna un mutes, lai nodrošinātu normālu elpošanu.
- Jūsu glābšanas veste atrodas zem Jūsu krēsla.

Atgādinām, ka, atrodoties lidmašīnā, mobilajiem telefoniem jābūt izslēgtiem. Portatīvajai elektroaparaturai jābūt izslēgtai lidmašīnas pacelšanās un nosēšanās laikā.

Tagad lūdzam Jūs pārliecināties, ka krēslu atzveltnes paceltas vertikāli, galdiņi aizvērti un drošības jostas aizsprādzētas.

Pateicamies par uzmanību un novēlam Jums patīkamu lidojumu!

6. pielikums

Intervija ar „airBaltic” borta operāciju vadītāju Ingūnu Andži

Vai stjuartu apmācībās ir iekļauta arī riska komunikācija?

Riska komunikācija stjuartu apmācībā tā netiek saukta. Stjuartu apmācības pamatā sastāv no *emergency* mācībām, kas ir avārijas mācības – aprīkojums, situācijas izspēle.

Taču kas saistīts ar komunikāciju, jau no pirmās dienas, kad pieņem darbā jaunu darbinieku, viņam tiek skaidrots, ka komunikācija *uz āru* ir atkarīga tikai no sabiedrisko attiecību nodaļas.

Arī stjuarta komunikācija ar pasažieri nekad nebūs paredzēta publicēšanai. Stjuartiem tiek teikts, ka tas, ko viņiem māca ir vērsts uz konkrētu darbību izpildi ar konkrētu mērķi, piemēram, DEMO (ievada teksts par drošību lidojuma sākumā) – cilvēkiem ir jāpaskaidro, ka veste ir tur, izeja ir tur. Tas ir konkrēts mērķis, kas pasažieriem jāparāda filmā vai mutiski, bet tam jābūt nodemonstrētam. Tā ir normāla komunikācija ar pasažieri.

Uz kādiem standartiem balstoties tiek veidota šī komunikācija?

Aviācija tiek regulēta ar noteikumiem pasaules, Eiropas un Latvijas standartiem. Šajā standartā ir lietas, kas mums obligāti jāpasaka – tas atšķiras no lidmašīnas tipa un aprīkojuma. Stjuartam ir obligāti jāpasaka, kur ir drošības veste, kur iz izejas u.c.

Tas ir tas, kas obligāti jāparāda.

Pasažieru uzruna un stjuartu pieteikums ir katras kompānijas izvēle. Tā servisa puse ir aviokompānijas izvēle, bet tehniskās lietas tiek noteiktas standartos un likumos.

Servisa komunikācijai mēs pārbaudām efektivitāti, bet riska komunikācija ir stingri noteikta.

Vai stjuartu apmācībās tiek pievērsta īpaša uzmanība tieši komunikācijai ar pasažieri riska situācijās?

Stjuarti apmācību laikā iet cauri dažādiem modeļiem – dūmi lidmašīnā u.c. situācijas. Tur ir izstrādātas gan konkrētas darbības, gan teksti, kas jāpasaka stjuartiem.

Pirmās palīdzības apmācība ietver gan reālas traumas, gan arī komunicēšanu ar ļoti satrauktiem pasažieriem. Tiek izrunāts, kādas var būt frāzes, ko stjuartam darīt un kā to izmantot reālajā dzīvē.

Kādi stjuartu apmācību veidi tiek izmantoti „airBaltic” stjuartu apmācībās?

Apmācību laikā ir tikuši izmantoti dažādi komunikācijas veidi. Tieši šobrīd tiek izmantota pasniedzēja – auditorijas komunikācija. Agrāk esam analizējuši arī video materiālus. Šis mācību process nav stingri noteikts – mēs varam variēt izmantotos apmācību veidus.

Mēs izmantojam mācību materiālus, kurus auditorijā analizējam. Auditorijā analizē kādu notikumu – ko vajadzēja teikt, kā vajadzēja sadarboties, ko nevajadzēja teikt.

Kā tiek kontrolēta komunikācija lidojuma laikā?

Sākumā stjuarts ir jaunais stjuarts un konkrētu laiku nostrādājot, viņam ir iespēja kļūt par vecāko stjuartu. Tad viņš uz borta ir atbildīgs. Vecākais stjuarts var koriģēt stjuartu darbības uz borta, ja viņš redz, ka kaut kas nenotiek kā nepieciešams – arī koriģēt komunikāciju. Komunikāciju māca visiem stjuartiem, bet vecākajam stjuartam ir tiesības to tieši uz borta izvērtēt un koriģēt. Mācības mācām problēmu (iespējamo risku) novērst vēl pirms tā radusies – ja ir cilvēks, kam ir paniskas bailes, fakts tiek konstatēts savlaicīgi un uzmanīts viņa stāvoklis – vai nav nepieciešama kāda palīdzība. Vecākais stjuarts var noteikt katra atbildības, bet komanda strādā kopā, taču, ja kāds konstatē iespējamu problēmu, par to ziņo vecākajam stjuartam un viņš tālāk koordinē risinājumu.

Vai stjuartu savstarpējā komunikācija arī tiek mācīta?

Situāciju simulācijas tiek pievērsta uzmanība gan rīcībai, gan runai un tekstiem un tam, kas un kā tiek teikts. Konkrētā simulācijā visām šīm lietām tiek pievērsta uzmanība.

Arī komandas savstarpējā komunikācija ir reglamentēta un tiek *trenēta*. Ir izstrādātas procedūras dažādām lidojuma fāzēm – kā kurā situācijā ir jākomunicē komandas starpā. Mācības tiek analizēta arī komandas resursu vadība, kurā tieši analizē nepareizus video materiālā nofilmētus lēmumus, ko analizējot nonākam pie tā, kur bija kļūda, kurš lēmums izraisījis šādu situāciju, vai tie bija ārējie faktori, vai cilvēka kļūda, vai nepareizi pateikti vārdi vai pārpratumi.

Apkalpes resursu vadīšanai ir izstrādāti noteikumi, kas veidoti analizējot notikumus visā pasaulē. Bet tie ir ieteikumu veidā un katra kompānija uz to bāzes var veidot kā viņa to vēlas. Norādījumos ir teikts, kas apmācībās jāattīsta, uz ko balstoties arī tās tiek veidotas.

Vai tiek nodrošināta arī atgriezeniskā saite no stjuartiem?

No stjuartiem pēc neparedzētiem notikumiem tiek sagaidīta arī atgriezeniskā saite. Pēc katra neparedzēta gadījuma tiek rakstīti ziņojumi, kuros arī tiek ietverti ieteikumi vai trūkumi apmācību laikā. Piemēram, apmācībās var no A līdz Z izstāstīt visu kā ir jārunā un, kas jā dara, ja kādam

pasažierim lidojuma laikā kļuvis slikti, taču, kad tas reāli notiek, stjuarti var saprast apmācībās ir kas pietrūcis, vai kaut kam pievērsta pārāk maza uzmanība.

Vai standarta komunikācija ir apkopota stjuartiem paredzētos materiālos?

Standarta teksti ir iekļauti arī lidmašīnas aprīkojumā.

Ir grāmata, kurā viss teksts ir apkopots un piemērots ļoti daudz dažādām situācijām. Piemēram, kad ir liela turbulence – arī šim gadījumam ir konkrēts teksts, kas stjuartam jāpasaka.

Vai arī kas un kā jāsaka pasažieriem, ja tie neievēro neteikumus uz borta.

Piemēram, ja kāds pasažieris lidmašīnā smēķē. Lai gan lidojuma sākumā vienmēr tiek pateikts, ka šis nav smēķētāju reiss. Ja kāds to pārkāpj sākumā tiek izteikts brīdinājums, tikai lai atgādinātu, ka salonā smēķēt nevajadzētu, ja tas netiek sadzirdēts, tad ir speciāls paziņojums, aicinot ievērot kārtību.

Tā kā aviācijas vēsture ir sena, tad šos piemērus, kam veidot riska komunikāciju ir izdevies atlasīt izcelt.

Anketa

„airBaltic” komunikācija klientu vērtējumā

Es, Līga Stālberga, sava bakalaura darba ietvaros „Riska komunikācija. „airBaltic” piemērs” veicu aptauju uzņēmuma „airBaltic” klientu vidū, lai noskaidrotu, kā klienti vērtē „airBaltic” komunikāciju.

Visa sniegtā informācija ir pilnībā konfidenciāla un tiks izmantota tikai apkopotā veidā.

1. Vai Jūs esat izmantojuši airBaltic pakalpojumus?

- Jā
- Nē

2. Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt „airBaltic” „Pasažieru un bagāžas pārvadāšanas noteikumus”?

- Jā
- Nē

3. Vai, iegādājoties biļeti, Jūs izlasījāt „airBaltic” „Cenas un noteikumi”?

- Jā
- Nē

4. Vai šie noteikumi Jums bija saprotami?

- Jā
- Daļēji
- Nē
- Neesmu tos lasījis

5. Kā Jūs vērtējat „airBaltic” darbinieku komunikāciju ar Jums?

- Ļoti labi
- Labi
- Neitrāli
- Slikti
- Ļoti slikti

6. Vai darbinieku sniegtā informācija bija saprotama?

- Jā
- Daļēji
- Nē

7. Kas būtu jāizmaina, lai „airBaltic” komunikācija Jūs pilnībā apmierinātu?

Paldies!

Bakalaura darbs „Riska komunikācija. „airBaltic” piemērs” izstrādāts LU Sociālo zinātņu fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti un iesniegtā darba elektroniskā kopija atbilst izdrukai.

Autore: Līga Stālberga L.Stālberga 28.05.2009.

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja: lektore Elita Plokste 28.05.2009.

Recenzents: lektors Rolands Tjarve.

Darbs iesniegts Komunikācijas zinātnes studiju nodaļā 28.05.2009.

Metodiķe:

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījumu komisijas sēdē

.....
Komisijas sekretāre: