

Warszawa, 10 grudnia 2010

LIST INTENCYJNY

Szanowni Państwo,

Z uwagi na fakt, iż uszkodzenia samolotów podczas obsługi naziemnej nadal stanowią poważne zagrożenie dla bezpieczeństwa lotnictwa cywilnego, koszty wynikające z napraw uszkodzeń są dla przewoźników lotniczych i podmiotów handlingowych wydatkami niepotrzebnymi, co więcej wydatkami, których można było uniknąć.

Ogólny poziom bezpieczeństwa obsługi naziemnej w Polsce nie jest do końca wszystkim znany, dlatego że ani na łamach stron ULC, ani PKBWL, nie znajdziemy tego, co dla osób zajmujących się bezpieczeństwem najważniejsze – opisu zdarzeń związanych z obsługą naziemną, podczas których nie doszło do wielkiego, medialnego incydentu lotniczego oraz materiałów szkoleniowych dla podmiotów.

Linie lotnicze zrzeszone w poszczególnych aliansach bardzo czynnie uczestniczą w „swoich” grupach roboczych, utworzonych na zasadzie inicjatyw nieformalnych, czego do dziś nie ma w Polsce w odniesieniu do agentów handlingowych. Jak Państwo wiecie, każda grupa robocza to więcej pomysłów, więcej rozwiązań, więcej wskazówek i więcej spojrzeń na każdą stronę niebezpieczeństw operacyjnych podczas obsługi naziemnej, a co za tym idzie, szybsza identyfikacja zagrożeń, a w dalszym etapie idealny materiał do analizy ryzyka.

Wszystkie przypadki zdarzeń niebezpiecznych omawiane w ramach grupy roboczej, byłyby wspaniałym materiałem do analizy i idealną podstawą do wprowadzania Rekomendowanych Praktyk (Recommended Industry Practices) podczas obsługi naziemnej – **nic obligatoryjnego**. Przy czym należy zaznaczyć, że spotkania grupy roboczej nie miałyby na celu analizowania samych zdarzeń w odniesieniu do miejsca zdarzenia i podmiotów uczestniczących, a samego **przypadku i przyczyny źródłowej**.

Zwracam się z prośbą o wyrażenie chęci (lub odmowy) dołączenia do Grupy Roboczej ASG Poland (Airside Safety Group Poland). W załączniku niniejszego Listu znajdziecie Państwo informacje, które mogą rozwiązać wątpliwości co do idei tej inicjatywy.

Gorąco zachęcam do zapoznania się z Programem promocji Kultury Bezpieczeństwa.

Z poważaniem

Krzysztof Kuźmiński





Plan Promocji Kultury Bezpieczeństwa

Warszawa, 10 grudnia 2010

Krzysztof Kuźmiński, GDN Airport Services

Zawartość

1. Wstęp

2. Struktura ASG Poland

2.1 Polityka i Cele

2.2 Partnerzy

2.3 Misja i cele ASG Poland

3. Cele promocji kultury bezpieczeństwa

4. Świadomość

4.1 Analiza SWOT

5. Manifest

Plan Promocji Kultury Bezpieczeństwa

1. Wstęp

Plan promocji kultury bezpieczeństwa jest wstępnym i potrzebującym zaopiniowania materiałem, który ma pomóc w utworzeniu kompletnego planu promocji kultury bezpieczeństwa dla Grupy Roboczej ASG Poland.

Wstępny plan powstał, aby wesprzeć wizję i misję ASG Poland.

ASG Polska będzie odpowiadać na wszelkie wyzwania związane z bezpieczeństwem obsługi naziemnej poprzez zapewnienie wysokiej jakości materiałów szkoleniowych i konsultingu osób ściśle związanych z bezpieczeństwem.

„Wymierne korzyści w zakresie bezpieczeństwa możemy osiągnąć przez promocję bezpieczeństwa, dzięki wspieraniu podmiotów **poinformowanych i zmotywowanych** do krzewienia kultury bezpieczeństwa”.

Dobrze zarządzany system bezpieczeństwa nie jest kosztem

Plan Promocji Kultury Bezpieczeństwa

2. Struktura ASG Poland

ASG Poland to ochotnicza grupa robocza, której członkowie są pracownikami poszczególnych Agentów Handlingowych i Przewoźników Lotniczych w Polsce. Grupa Robocza może zostać rozszerzona o pracowników innych podmiotów prowadzących lotniczą działalność gospodarczą związanych z bezpieczeństwem w swoim środowisku operacyjnym, o ile członkowie Grupy Roboczej wyrażą chęć współpracy i chęć udziału w szerszej grupie bezpieczeństwa obsługi naziemnej (catering, paliwo, itd.).

Działalność ASG Poland jest działalnością dobrowolną, a uczestnictwo w Grupie Roboczej nie wiąże się z jakimikolwiek opłatami. Jedynym kosztem, jaki ponieść może członek ASG Poland, to koszt transportu do miejsca, w którym odbędzie się spotkanie Grupy Roboczej.

Częstotliwość spotkań Grupy Roboczej nie powinna być mniejsza jak 2 razy w roku.

2.1 Polityka i Cele ASG Poland:

Cele ASG Poland to:

- zapewnienie forum wymiany informacji w zakresie obsługi naziemnej pomiędzy członkami (forum w rozumieniu Portalu i Spotkań);
- utrzymanie najwyższego poziomu standardów bezpieczeństwa obsługi naziemnej w Polsce;
- tworzenie Rekomendowanych Praktyk dla podmiotów;
- wspierać procesy edukacyjne w zakresie bezpieczeństwa w podmiotach;

2.2 Partnerzy

?

Plan Promocji Kultury Bezpieczeństwa

2.3 Wizja i Misja ASG Poland

Wizja:

„Stać się najefektywniejszym partnerstwem w zakresie zarządzania bezpieczeństwem obsługi naziemnej w Polsce.”

Misja:

„Poprzez efektywne i profesjonalne partnerstwo podmiotów obsługi naziemnej oraz połączenie doradztwa ekspertów dążyć do *polepszenia bezpieczeństwa obsługi naziemnej*, chroniąc pracowników podmiotów prowadzących lotniczą działalność gospodarczą i pasażerów przed uszczerbkiem na zdrowiu redukując liczbę incydentów i zdarzeń oraz zapobiegając wypadkom lotniczym.”

Zalety funkcjonowania ASG:

- Wspólny głos podmiotów handlingowych w zakresie budowania standardów bezpieczeństwa
- Zapewnienie profesjonalnego doradztwa ze strony innych członków ASG
- Dostępność do wyników prac i badań ASG
- Doświadczenie członków
- Praca zespołowa jako klucz do sukcesu – ideału obsługi naziemnej
- Portal umożliwiający „spotkania” bez wychodzenia z biura/domu (możliwość rozszerzenia do telekonferencji)

Plan Promocji Kultury Bezpieczeństwa

3. Cele promocji Bezpieczeństwa

Celem promocji bezpieczeństwa jest zapewnienie określonej jakości z zachowaniem efektywności kosztów działalności poszczególnych podmiotów.

3.1 Cele

- Utworzenie i wdrożenie efektywnych programów promocji bezpieczeństwa, przy uwzględnieniu jasno określonych **celów i niezależności podmiotów** uczestniczących.
- Dostarczanie materiałów i usług (doradczych) członkom ASG Poland za pomocą szerokiej gamy środków komunikacji.

Plan Promocji Kultury Bezpieczeństwa

4. Analiza sytuacyjna

Analiza SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats) ma na celu określenie zarówno wewnętrzne jak i zewnętrzne elementy „SWOT’ów”.

Strenghts (Mocne Strony)

- Wysokiej jakości grupa robocza Safety
- Nazwa budząca zaufanie „w świecie”
- Dobrze rozpoznawalne przedsiębiorstwa uczestniczące
- Zaangażowanie członków, entuzjazm i doradztwo

Weaknesses (Słabe Strony)

- Brak planu marketingowego
- Ochotniczy charakter uczestnictwa

Opportunities (Szanse)

- Wykorzystanie Planu Promocji Bezpieczeństwa
- Zapewnienie wysokiej jakości produkt promocji bezpieczeństwa
- Zwiększenie rozpoznawalności profilu ASG Poland w tematyce Ground Safety
- Więcej osób zaangażowanych = szersze spojrzenie (spojrzenie na działania swoich podmiotów względem innych)

Plan Promocji Kultury Bezpieczeństwa

- Polepszenie wizerunku podmiotu

Threats (Zagrożenia)

- Utrata aktywności / zaangażowania członków
- Strach przed dzieleniem się informacjami („konsekwencje” wewnętrzne)
- Obawa przed „utrataą dobrego wizerunku”

**Największym wyzwaniem będzie zadbanie, aby
S i O przeważały nad W i T**

**„Należy wykorzystać Nasze Mocne Strony do granic możliwości,
wytrzymać napór Słabych Stron, łapać Szanse i bronić się przed
Zagrożeniami, aby zapewnić powodzenie Planu.”**

Plan Promocji Kultury Bezpieczeństwa

5. Manifest

Pledge, memorandum of understanding, deklaracja...

Forma dowolna, bez zobowiązań formalnych a opierająca się jedynie na „luźnej deklaracji” („Będziemy robić wszystko, by...” , „Dołożymy wszelkich starań, aby...”



Airside
Safety
Group
Poland