



الجمعية العمومية - الدورة التاسعة والثلاثون

اللجنة الاقتصادية

البند رقم 39 من جدول الأعمال: التنظيم الاقتصادي للنقل الجوي الدولي - السياسة العامة

تقدم سياسة حماية المستهلك في جمهورية كوريا واستراتيجيات

رضا المستهلكين الإيجابية

(مقدمة من جمهورية كوريا)

الموجز التنفيذي

تقدم ورقة العمل هذه عرضاً لما أُحرز مؤخراً من تقدم في سياسة حماية المستهلك في جمهورية كوريا، وتشرح الاستراتيجيات الإيجابية الجديدة لتحقيق رضا المستهلكين.

الإجراءات: الجمعية العمومية مدعوة إلى القيام بما يلي:

أ) الأخذ علماً بالمعلومات الواردة في ورقة العمل هذه؛

ب) تشجيع الدول الأعضاء على النظر في المقترحات الواردة في الفقرة 3.

الأهداف الاستراتيجية:	ترتبط ورقة العمل هذه بالهدف الاستراتيجي (د) - "التممية الاقتصادية للنقل الجوي"
الآثار المالية:	لا تنطبق
المراجع:	لا تنطبق

1- المقدمة

1-1 تقر جمهورية كوريا بالإنجازات المثمرة لمجلس الايكاو نحو اعتماد مبادئ أساسية لحماية المستهلك ورؤية جديدة طويلة الأجل لتحرير النقل الجوي الدولي في يونيو 2015.

2-1 وكان هناك بعض التقدم نحو التنسيق بين نظام جمهورية كوريا لحماية المستهلك ومبادئ الايكاو الأساسية لحماية المستهلك في قطاع النقل الجوي. ويمكن تشارك هذا التقدم مع الدول الأعضاء للمساعدة في النمو المستدام للنقل الجوي.

3-1 وبالإضافة إلى ذلك، تود جمهورية كوريا أن تقترح بعض الاستراتيجيات لتوفير بيئة أعمال ذات وجهة تكنولوجية بمنهجيات إيجابية.

2- تشارك الخبرة

1-2 ازداد حجم النقل الجوي في جمهورية كوريا - إذ وصل ترتيبه إلى السادس في العالم خلال السنوات الأخيرة - وذلك لخدمة مطالب الركاب الدوليين والشحن الدولي. وقد ازدادت أيضا شكاوى الركاب - التي تتعلق أساسا بالرسوم المفروطة لإلغاء التذاكر (54.2%) - وذلك من 1 597 في عام 2000 إلى 6 789 في عام 2014.

2-2 ولتلبية توقعات عامة الناس وطلباتهم، أنشأت حكومة كوريا إدارة جديدة تشرف على حماية مستهلكي النقل الجوي في وزارة الأراضي والبنية التحتية والنقل (MOLIT). وبالإضافة إلى ذلك، تم إعداد إشعار إجرائي لمعالجة قضايا حماية المستهلكين، مثل الإفصاح عن المعلومات للركاب ومسؤولية الناقل في تأخيرات الرحلات وإلغائها والحجز الزائد، والإشارة إلى السعر الكلي ورد المستحقات وتأخير الطائرات في أماكن الانتظار على أرض المطار.

3-2 ولضمان التنفيذ الملائم لمبادئ حماية المستهلك، سوف تستخدم جمهورية كوريا وظيفة الرصد الحكومي لمراجعة المعالجة العملية لحل الشكاوى المتعلقة بالناقلين الجويين الوطنيين فضلا عن الناقلين الأجانب الذين يطيرون إلى جمهورية كوريا ومنها.

4-2 وسوف يستعرض الخبراء كل عقد من عقود السفر لدى شركات الطيران، وذلك للسعي إلى إحداث توازن ملائم بين حماية المستهلكين والقدرة التنافسية في الصناعة.

5-2 واستنادا إلى القواعد التي تم إعدادها، ينبغي لشركات الطيران أن تعين ضابط اتصال (بالهاتف والبريد الإلكتروني وما إلى ذلك) حتى يمكن للمستهلكين أن يتصلوا بسهولة بالموظفين المسؤولين أو الإدارة المسؤولة لحل المشكلات بدون الصعوبات المتعلقة باللغة.

3- استراتيجيات لمعالجة بيئة الأعمال الجديدة

1-3 تواجه صناعة النقل الجوي تغييرات سريعة في أنواع عمليات شركات الطيران (قصيرة المدى المحلية وطويلة المدى الدولية)، واختلاف الخدمات (الخدمة الكاملة، المنخفضة التكلفة)، وبيع التذاكر - المعاملات النقدية، ونشر المعلومات.

2-3 ونظرا لظهور تكنولوجيا المعلومات المتقدمة، يستخدم الجمهور العام المسافرين جوا كل منافع إيصال المعلومات عالية السرعة، وأصبح عليما بالبحث عن المعلومات الآتية ومشاركتها، فضلا عن اختيار السلع والخدمات. ولمعالجة هذه

التوقعات العالية، ينبغي أن تعدل مناهج حماية المستهلك القائمة وأن يتم تحديثها. وكمثال على ذلك، بالرغم من تفضيل المستهلك للتذكرة الإلكترونية، فإن بعض شركات الطيران تحتفظ ببند في عقود النقل الخاصة بها ينص على فرض 150 دولاراً أمريكياً كرسوم معالجة عن كل تذكرة ضائعة. ويمكن فيما يخص وقت الرحلة والتغييرات الخاصة بها - بما في ذلك التأخيرات والإلغاءات ومعلومات تغيير البوابة - أن تُنقل بسهولة إلى الراكب من خلال الهاتف المحمول وخدمات شبكة الانترنت في الوقت الفعلي مع عدم فرض عبء اقتصادي كبير على شركات الطيران.

3-3 وبالرغم من المسائل المذكورة أعلاه، كانت شركات الطيران مترددة في إدخال استراتيجيات إيجابية لحماية المستهلك. ويمكن التحقق من ذلك بسهولة في وثائق الأيانات التي تركز على هوامش الربح البسيطة لصناعة النقل الجوي. وتركز الأيانات أيضاً على أهمية تنقيف المستهلك، بالرغم من السهولة النسبية والعملية لتنقيف موظفي شركات الطيران بهدف زيادة رضا المستهلك (عقد النقل لدى شركة الطيران يتكون من 45 صفحة تقريباً ونادراً ما يقرأه الركاب بشكل كامل قبل إصدار التذكرة).

4-3 ومن أجل تشجيع النمو المستدام لصناعة النقل الجوي، ينبغي أن تتطور سياسات حماية المستهلك نحو السعي إلى رضا المستهلك. وعلاوة على ذلك، ينبغي لشركات الطيران أن تعيد بناء مفهوم التكلفة إلى مفهوم الاستثمار في مجال رضا المستهلك من أجل النمو المستدام للنقل الجوي.

5-3 وفي ضوء المسائل التي وردت هنا بالتفصيل، فإن أصحاب المصلحة في النقل الجوي - بما في ذلك الحكومات والصناعة وغير ذلك من الخبراء - يجب أن يعملوا لتطوير استراتيجيات المستهلكين الإيجابية للتعامل مع تطور الأعمال الإلكترونية.

4- الخلاصة

1-4 تُدعى الجمعية العمومية للايكوا إلى النظر في الاقتراحات الواردة في الفقرة 3.