

Корпоративный университет
Транспортного комплекса

Обслуживание пассажиров

Пособие
для водителей транспортных средств



Московский
транспорт

Содержание

1.	Клиентоориентированность.....	1
2.	Требования к внешнему виду и порядку взаимодействия с пассажирами...	3
3.	Навыки делового общения и порядок действий в отдельных ситуациях, включая ДТП и возможные конфликты	7
4.	Средства общения.....	11
4.1.	Неречевые средства общения.....	11
4.2.	Речевые средства	12
5.	Типология пассажиров по типам нервной системы.....	15
6.	Принципы работы с пассажиром в конфликтных ситуациях	18





Московский
транспорт

1. Клиентоориентированность

Сегодня практически все крупные транспортные предприятия стремятся быть клиентоориентированными. Борются за повышение качества культуры обслуживания клиентов. Но что такое клиентоориентированность?

подавляющее большинство российских предприятий и компаний называют себя клиентоориентированными, аргументируя это тем, что у них есть специальные программы лояльности для своих клиентов. Другие же предприятия подразумевают под клиентоориентированностью безупречный сервис и высококвалифицированный обслуживающий персонал. Однако, клиентоориентированность — это целенаправленные и системные действия предприятия, цель которых превзойти ожидания своих клиентов и сделать их счастливыми.

А для этого, в свою очередь, необходимо отчетливо понимать, какие у пассажиров есть ожидания, и что в деятельности работников транспортного предприятия (в частности водителей) способно вызывать у них положительные или отрицательные эмоции.

Однако, просто указав на то, что предприятие становится клиентоориентированным, изменения сами не наступят. Сперва необходима работа по формированию и внедрению определенных стандартов работы.

На это есть несколько причин:

1. Стандарты работы являются ориентиром по достижению целей для компании. Они работают как платформа для подбора соответствующего персонала, а также для поддержания имиджа предприятия.
2. Стандарты работы позволяют оценить правильность действий предприятия, соответствие ее деятельности поставленным целям и задачам.
3. Стандарты позволяют регулировать заданный уровень сервиса, качество продуктов и услуг, работу с клиентами, внутренние коммуникации, уровень прибыли и издержек, эффективно использовать рабочее время.
4. Стандарты помогают регулярно выполнять работу хорошо с первого раза и предотвращать любые возможные отклонения. Как говорил знаменитый японский специалист в области качества Геничи Тагучи: «Чем больше отклонений вы можете исключить, тем лучше будет ваш продукт или услуга».

Создание клиентоориентированных стандартов является первым шагом к формированию соответствующей корпоративной культуры.

Давайте остановимся на нескольких главных понятиях профессиональной этики ГУП «Мосгортранс».

Корпоративная культура – это совокупность моделей поведения работников предприятия в системе материальных и духовных ценностей, приобретенных в процессе работы и разделяемых работниками.

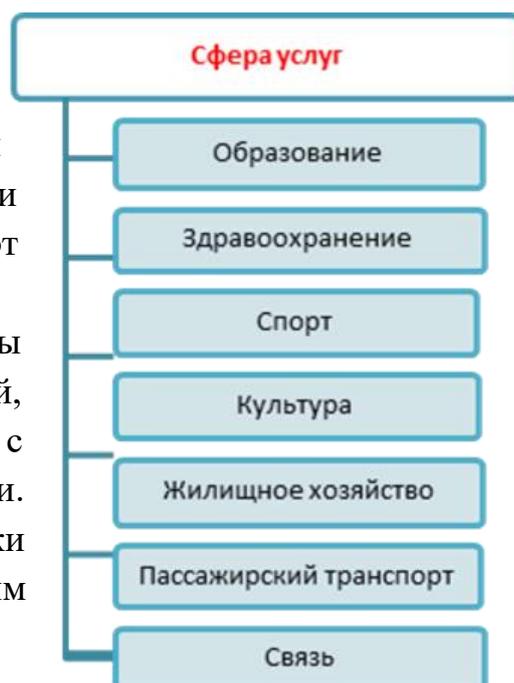
Имидж предприятия – устойчивое представление о престиже и репутации транспортного предприятия, качестве оказываемых услуг.

Корпоративный стиль – устойчивая совокупность применяемых на предприятии способов, методов и приемов воздействия на партнеров, потребителей транспортных услуг и общественность, с целью формирования положительного, неповторимого и узнаваемого имиджа.

Регуляторами деятельности человека являются выработанные в процессе эволюции нравственные правила и нормы, направленные на поддержание и сохранение жизни, благосостояния человека. Этические нормы пронизывают все формы человеческой активности, они универсальны, но в каждой сфере эти неписанные законы приобретают специфический характер.

Этика делового общения основывается на таких правилах и нормах поведения партнеров, которые в конечном счете способствуют развитию сотрудничества, т.е. укрепляют сущностную основу деловых отношений. Смысл этих правил и норм – укрепление взаимного доверия, постоянное информирование партнера о своих намерениях и действиях, исключение обмана и дезориентация партнера. Деятельность рабочих групп и организаций становится эффективной, когда она регулируется некими особыми этическими правилами, которые не только базируются на общечеловеческих моральных ценностях, но и учитывают конкретные условия данной организации или группы. Своды подобных правил называют обычно профессиональной этикой.

Вы знаете или слышали про своды нравственных правил для врачей, учителей, представителей других профессий, имеющих дело с людьми. Ваша профессия также имеет дело с людьми. Одной из важнейших форм профессиональной этики стала и этика делового общения, поскольку главным фактором здесь также являются люди.



Для большинства транспортных предприятий клиентоориентированное обслуживание – это выстраивание взаимоотношений между персоналом и пассажирами. Каким же должен быть качественный сервис? Точнее, каким же должен быть тот, кто этот сервис предоставляет?

Рис.14

Чаще всего пассажиры описывают следующие ожидания от работника транспортного предприятия:

- ✓ вежливость
- ✓ честность
- ✓ дружелюбие
- ✓ забота
- ✓ знания и деловая обязательность
- ✓ готовность помочь
- ✓ оперативность
- ✓ доступность

Как видите, ничего сверхъестественного... Именно поэтому большинство жалоб на плохое обслуживание вызвано равнодушным, холодным и даже оскорбительным отношением обслуживающего персонала к пассажирам.

2. Требования к внешнему виду и порядку взаимодействия с пассажирами

Под культурой обслуживания понимается система эталонных трудовых норм, высоких духовных ценностей и этики поведения, принципы которой согласуются как с национальными традициями страны, так и с современными требованиями мировых стандартов, свидетельствуя о качественном обслуживании потребителей.



Основные принципы обслуживания пассажиров

В современных условиях услуга сама по себе уже не играет главной роли – на первое место выходит качество её предоставления.

Предпочтение пассажиром одной компании-перевозчика другой основывается на качестве обслуживания, на внимании, проявленном к нему.

Любой работник организации (хочет он того или нет) является своеобразным ее лицом. Пассажир именно по данному работнику судит о всей организации в целом. Как же мы можем влиять на то, какое мнение о себе можем вызвать своими действиями у пассажира? Для этого необходимо стараться

выполнять всего **Шесть правил:**

Рис.15

1. **Следите за своим внешним видом.** Ведь то, как вы одеты производит впечатление и на самого обладателя одежды, и на тех, кто находится рядом. Вспомните, например, несколько лет назад кассиры Московского метрополитена носили в качестве униформы голубые халаты. И от уборщиц их отличал только нагрудный бейдж.
2. **Следите за своей речью.** Работник должен стараться говорить спокойно, понятно, доброжелательно. Не использовать в речи нецензурную брань и специфические рабочие термины.
3. **Будьте внимательны к людям.** Пассажир просто так, ради интереса не будет обращаться к работнику транспортного предприятия. У него своих дел достаточно. Если это случилось – значит у пассажира что-то произошло, и ему нужна ваша помощь.
4. **Соблюдайте принцип вежливой дистанции: доброжелательность, тепло, чувствительность.** Не стремитесь дать человеку больше того, о чем он попросил. Не стоит быть навязчивым. Важно разграничивать потребности пассажира и свои собственные.
5. **Старайтесь достичь совершенства в том, чем вы занимаетесь.** Любая профессия или должность имеет смысл только тогда, когда в ней находится профессионал. Важно не просто занимать рабочее место, а стремиться развиваться, обучаться, изменять к лучшему себя самого...
6. **Старайтесь принимать новшества.** Рабочая жизнь никогда не стоит на месте. Что-то меняется, трансформируется, отживает свое. Казалось, что только привык делать по-новому, и снова необходимо осваивать новую технологию



работы... Адаптивность – важная черта человека, которая помогает ему качественно работать.

Немного напомним об общих стандартах и требованиях к рабочему деловому стилю.

- рабочая одежда должна быть чистой, отглаженной;
- наличие нагрудного бейджа с указанием ФИО (допускается его наличие в салоне транспортного средства в поле зрения пассажира);
- в любое время года обязательны носки классического черного цвета, без ярких рисунков и узоров;

обувь – чистая, закрытая, классическая

прическа – волосы должны быть чистыми, классически подстрижены;

руки – должны быть вымыты, ногти всегда должны быть ухоженными, чистыми, подстриженными;

лицо – должно быть чисто выбрито, а обладатели бороды и усов должны поддерживать их в ухоженном и чистом состоянии, не очень длинными.

При обслуживании пассажиров водитель должен:

– Первым приветствовать пассажира. При появлении пассажира работник должен, установить визуальный контакт и с улыбкой первым приветствовать пассажира.

– Слушать пассажира, ставить в центр внимания его интересы, подчеркивать заинтересованность.

– Обращаться к пассажиру только на «Вы». Недопустимо обращаться на «Ты», оценивать личность пассажира.

– Быть вежливым и внимательным.

– Говорить четко, внятно, грамотно, понятным языком, минимизируя использование узкопрофильных терминов и доходчиво объясняя их значение пассажиру.

– Тон работника при любых обстоятельствах должен выражать уважение, доброжелательность и готовность решить вопрос пассажира.

– Принимать во внимание языковые трудности отдельных пассажиров. Пассажиры могут быть пожилыми людьми с замедленной реакцией, людьми с нарушением слуха и речи, а также иностранными гражданами, недостаточно владеющими (или не владеющими) русским языком.

– Равно положительно относиться к каждому из пассажиров, независимо от социальной и возрастной группы, внешнего вида, вероисповедания и пола.

– Проявлять терпимость к фактам некорректного обращения со стороны пассажиров, стремясь обеспечить пассажиров наилучшим сервисом.



- Предоставлять пассажирам полную и достоверную информацию по работе сервиса, приложения и иным вопросам.
- Решать вопросы пассажира здесь и сейчас, если это возможно. Сообщать сроки решения и дальнейшие шаги.
- Прощаться с пассажиром при завершении поездки.

При обслуживании пассажиров недопустимо:

- грубое поведение либо высказывание по отношению к пассажиру;
- игнорирование пассажира;
- нецензурные выражения (мат, жаргон);
- смех;
- чрезмерное выражение эмоций;
- отвлечение на другие дела, не связанные с обслуживанием пассажира;
- нахождение при общении с пассажиром в закрытой позе (перекрещенные руки/ноги, руки в карманах);
- использование поз и жестов превосходства (руки в бок, поднятый подбородок, сдвинутые брови, поджатые губы, тяжелые вздохи);
- использование мобильного телефона для личных целей, включение любых звуковых режимов в личных мобильных телефонах;
- употребление пищи, напитков в салоне автобуса, во время движения;
- курение в салоне автобуса;
- обвинение предприятия в проблеме пассажира, перекладывание вины на пассажира;
- совершение умышленных действий, наносящих ущерб имиджу предприятия и/или влекущих за собой материальные потери.

Взаимодействие людей невозможно без общения. Практика делового общения разработала с этой целью немало приемов, которые требуют понимания и изучения.

Самопрезентация – это умение человека подать себя с лучшей стороны, произвести благоприятное впечатление на окружающих и сохранить его.

В процессе общения с другими людьми мы всегда стараемся продемонстрировать себя как можно лучше. И это не мудрено, ведь живое общение рассказывает о человеке намного больше, нежели тысячи заполненных анкет или банальное перечисление своих положительных качеств.



Когда вы взаимодействуете с каким-то человеком, ваша поза, одежда, манера держать себя, речь расскажет вашему собеседнику о вас гораздо больше и быстрее, чем ваш подробнейший рассказ о себе. Больше того, созданное вами впечатление будет влиять, насколько успешным окажется ваше общение, и какой стиль поведения выберет ваш собеседник в отношении вас.

Существует «Правило 10 секунд». Это время, за которое формируется и закрепляется первое впечатление о человеке. Оно складывается из оценок, положительных или отрицательных, которые возникают у собеседников в отношении друг друга на основании:

- того как человек располагает себя в пространстве (поза, осанка, движения)
- как человек одет (все верно, «встречают по одежке», оценивается уместность выбора одежды и ее аккуратность) также оцениваются аксессуары и украшения;
- как человек выглядит (прическа, макияж, степень выбритости, состояние рук и ногтей);
- выражение лица (открытость, доброжелательность или раздражение, скука, равнодушие);
- как человек звучит (громкость, интонация, тембр голоса, темп речи);
- смысловая составляющая речи и культура речи (последовательность, логичность речи. Умение грамотно строить предложения, наличие/отсутствие слов-паразитов).

Конечно же, всегда нужно помнить о том, что эффективным подспорьем к самопрезентации являются адекватный ситуации внешний вид, уместное поведение, тактичность, грамотность и уверенность в себе, а также следование правилам этикета. Поэтому в любой ситуации, постарайтесь заблаговременно позаботиться об этих вещах, и надлежащим образом подготовиться для того, чтобы быть позитивно воспринятым пассажирами и коллегами.

На основании сделанных выводов о человеке собеседниками подбирается стиль общения с этим человеком.

3. Навыки делового общения и порядок действий в отдельных ситуациях, включая ДТП и возможные конфликты

В зависимости от того, как мы относимся к человеку, какие у нас с ним отношения, мы соблюдаем с ним определенную дистанцию при коммуникации.

Данную особенность в конце 1960-х годов выявил **американский психолог Эдвард Холл**, после чего разработал теорию дистанций общения.

Законы, по которым собеседники располагаются один относительно другого в процессе общения, он объединил в отдельный раздел социальной психологии, названный проксемикой — от английского слова proximity, означающего «близость».

Зоны общения:

Проксемика исследует расположение людей в пространстве при общении и выделяет следующие зоны дистанции в человеческом контакте:

1. **Интимная зона** (15 - 50 см); в эту зону допускаются лишь близкие, хорошо знакомые люди, для этой зоны характерны доверительность, негромкий голос в общении, тактильный контакт, прикосновения. Исследования показывают, что нарушение интимной зоны влечет определенные изменения в организме: учащение биение сердца, прилив крови к голове и пр. Преждевременное вторжение в интимную зону воспринимается как покушение на неприкосновенность.

2. **Личная или персональная зона** (50-120 см) для обыденной беседы с друзьями и коллегами предполагает только визуальный зрительный контакт между партнерами, поддерживающими разговор.



3. **Социальная зона** (120–400 см) обычно соблюдается во время официальных встреч в кабинетах, преподавательских и других служебных помещениях, как правило, с теми, которых не очень хорошо знают.

4. **Публичная зона** (свыше 400 см) подразумевает общение с большой группой людей – в лекционной аудитории, на митинге и пр.

Людам свойственно защищать границы своего личного пространства. Несанкционированное вторжение незнакомых или малознакомых людей в зону личных границ расценивается как нападение, вызывает протест, возмущение. Необходимость терпеть такое вторжение (общественный транспорт в часы пик) – стресс, недовольство. Именно поэтому люди в транспорте стараются дистанцироваться друг от друга всеми возможными способами – капюшоны, наушники, погружение в смартфоны и т.п.

Соответственно, границей служебного общения считается социальная зона – от 120 см. Нарушение этой границы – расценивается как нарушение этикета общения.



В процессе совместной деятельности и общения между людьми возникает контакт, который обусловлен индивидуальными особенностями субъектов, спецификой ситуации, преобладающими стратегиями поведения, возможными противоречиями. Установление такого контакта называется *интеракцией*. Интерактивный аспект общения включает многообразные проблемы взаимодействия людей. В процессе интеракции происходит развитие личности, при этом действия каждого индивида всегда ориентированы на другого и зависят от него. Продуктивность общения во многом определяется совместимостью субъектов.

На эффективность взаимодействия влияют социальные различные качества человека.

Процесс взаимодействия состоит из функциональных единиц взаимодействия (акты, действия). Впервые изучил Д. Мид. Действие состоит из пяти фаз: *побуждения к общению и установления контакта* (первых стимулов к общению), *ориентации и уточнения ситуации* (восприятия другого человека, ситуации и информации), *непосредственного действия, принятия определенных решений* и *завершения взаимодействия*.



Рис. 16 Этапы межличностного взаимодействия

Общение можно определить, как социальное взаимодействие между людьми посредством знаковых систем в целях передачи общественного опыта, культурного наследия и организации совместной деятельности.

Структура общения состоит из трех взаимосвязанных сторон: коммуникативной, интерактивной и перцептивной.

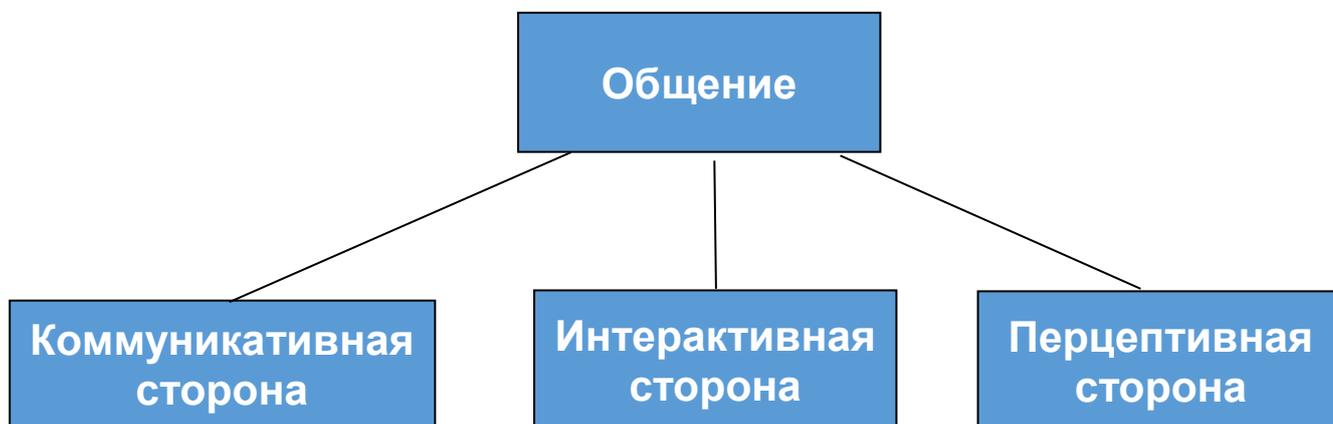


Рис.17

Коммуникативная сторона общения (или коммуникация в узком смысле слова) состоит в обмене информацией между общающимися индивидами (рис. 17,18). Во время общения имеет место не просто движение информации, а взаимная передача закодированных сведений между двумя индивидами – субъектами общения (отправителем и получателем). Следовательно, происходит обмен информацией. Но люди при этом не просто обмениваются значениями, они стремятся при этом выработать общий смысл. А это возможно лишь в том случае, если информация не только принята, но и осмыслена. Коммуникативное взаимодействие возможно только в том случае, когда человек, направляющий информацию (отправитель) и человек, принимающий ее (получатель) обладают сходной системой кодификации и декодирования информации. Т.е. «все должны

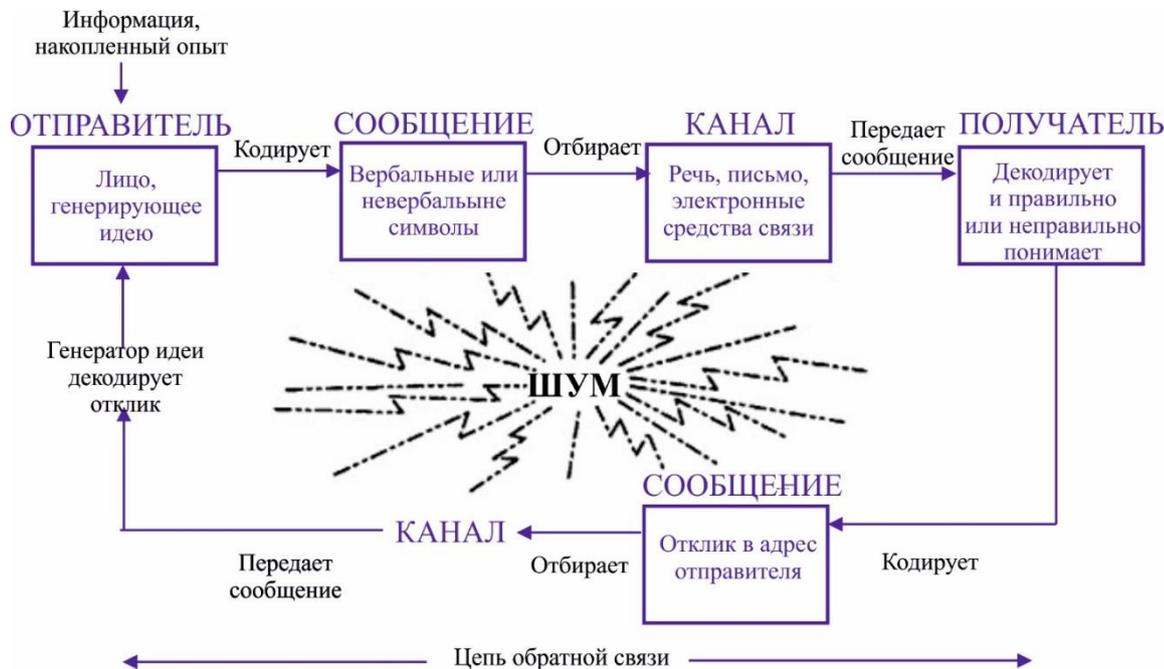


Рис.18

говорить на одном языке».

В условиях человеческой коммуникации могут возникать коммуникативные барьеры (шумы), которые мешают пониманию передаваемой информации. Они носят социальный или психологический характер. Сама по себе исходящая от отправителя

информация может быть побудительной (приказ, совет, просьба – рассчитана на то, чтобы стимулировать какое-либо действие) и констатирующей (разъяснение, обсуждение, информирование).

Интерактивная сторона общения заключается в организации взаимодействия между общающимися индивидами и непосредственной их совместной деятельности. Есть два типа взаимодействий – кооперация и конкуренция.

Кооперативное взаимодействие означает координацию сил участников. Такое взаимодействие является необходимым элементом совместной деятельности, порождается самой ее природой. Атрибутами кооперации являются такие процессы, как взаимопомощь участников, их взаимовлияние, их включенность во взаимодействие.

Конкуренция – взаимодействия, так или иначе «расшатывающие» совместную деятельность, представляющие собой определенного рода препятствия для нее. На обыденном уровне чаще всего предлагаются негативные характеристики этого процесса (включающие в себя даже отождествление его с враждой).

Перцептивная сторона общения представляет собой процесс восприятия и понимания людьми друг друга. Перцептивная сторона общения включает в себя процесс формирования образа другого человека, что достигается «прочтением» за физическими характеристиками партнера его психологических свойств и особенностей поведения.

Все три стороны общения тесно переплетаются между собой, органически дополняют друг друга и составляют процесс общения в целом.

4. Средства общения

Для передача любая информация должна быть соответствующим образом закодирована, т.е. она возможна лишь посредством использования знаковых систем (Рис. 19). Самое простое деление коммуникации – на вербальную (речевую) и невербальную (неречевую), использующие разные знаковые системы.



Рис.19

4.1. Неречевые средства общения

- **Визуальные (зрительные) средства общения:**
 - ✓ кинесика – движения рук, ног, головы, туловища
 - ✓ направление взгляда и визуальный контакт
 - ✓ выражение глаз

- ✓ выражение лица
 - ✓ поза
 - ✓ кожные реакции (покраснение, появление пота)
 - ✓ дистанция (расстояние до собеседника, угол поворота к нему)
 - ✓ вспомогательные средства общения, в том числе особенности телосложения (половые, возрастные) и средства их преобразования (одежда, косметика, очки, украшения, татуировка, усы, борода, сигарета и т.п.)
- **Акустические (звуковые) средства общения:**
- ✓ паралингвистические, т.е. связанные с речью (интонация, громкость, тембр, тон, ритм, высота звука, речевые паузы и их локализация в тексте)
 - ✓ экстралингвистические, т.е. не связанные с речью (смех, плач, кашель, вздохи, скрежет зубов, шмыганье носом и т.п.).
- **Тактильно-кинестетические (связанные с прикосновением) средства общения:**
- физическое воздействие (ведение слепого за руку, контактный танец и др.)
 - такесика (пожатие руки, хлопанье по плечу)
- **Ольфакторные средства общения:**
- приятные и неприятные запахи окружающей среды
 - естественный и искусственный запахи человека и др.

4.2. Речевые средства

Язык — это система условных символов, с помощью которых передаются сочетания звуков, имеющие для людей определенные значение и смысл.

Речь — это совокупность произносимых или воспринимаемых звуков, которые имеют тот же смысл и то же значение, что и соответствующая им система письменных знаков.

Отличия языка от речи:

- Язык един для всех людей, пользующихся им, речь — индивидуальна.
- В речи выражается психология отдельно взятого человека или общности людей, для которых данные особенности речи характерны; язык отражает в себе психологию народа, для которого он является родным, причем не только ныне живущих людей, но и предшествующих поколений.
- Речь без усвоения языка невозможна, в то время как язык может существовать и развиваться относительно независимо от человека, по законам, не связанным ни с его психологией, ни с его поведением.

Речь выполняет ряд функций:

- выражает индивидуальное своеобразие психологии человека;
- выступает носителем информации, памяти и сознания;

- является средством мышления;
- выступает регулятором человеческого общения и собственного поведения;
- является средством управления поведением других людей.

Различают следующие виды речи: устную, внутреннюю и письменную.

Устная речь представляет собой общение при помощи языковых средств, воспринимаемых на слух. Она подразделяется на монологическую и диалогическую.

Монологическая речь — развернутая речь человека, обращенная к другим людям. Это речь оратора, лектора, докладчика или любого другого человека, передающего какую-либо информацию. **Диалогическая**, или разговорная, речь представляет собой попеременный обмен репликами или развернутыми прениями двух или более людей.

Внутренняя речь — беззвучная, скрытая речь про себя и для себя, возникающая в процессе мышления. Внутренняя речь, происходящая из внешней, специально приспособлена к выполнению мыслительных операций и действий в уме. Посредством внутренней речи происходит переработка образов восприятия, их осознание и классификация в определенной системе понятий. Внутренняя речь кодирует образы реального мира символизирующими их знаками и выступает как средство мышления. Именно здесь наиболее ярко проявляется знаковая функция речи. Кроме того, внутренняя речь выполняет планирующую и контролирующую функцию. Так, внутренняя речь является начальным моментом речевого высказывания, его программированием перед реализацией, средством рефлексивных действий, позволяющих строить самоустановки при общении с другими людьми и при осуществлении самоанализа, самооценки и осознания своего самосознания. Именно поэтому, хотя внутренняя речь — это речь про себя и для себя, она также используется при общении человека с человеком.

Письменная речь представляет собой разновидность монологической речи, но в отличие от монолога строится при помощи письменных знаков. Письменная речь отличается от устной не только тем, что использует письменные знаки, но и тем, что имеет особенности в языковой организации. Если в устной речи для смыслового выражения отношения к тому, о чем говорят, используют интонацию, то в письменной речи те же функции выполняют лексика (выбор сочетаний слов), грамматика и знаки препинания. В письменной речи имеются синтаксические конструкции и стили, особая композиционная структура.

Общение — одна из наиболее быстроразвивающихся отраслей психологии, поскольку это основа человеческого социума. Люди постоянно с кем-то контактируют и разговаривают, начиная от коллег, заканчивая родственниками по приезду домой после работы, именно поэтому и стали различать уровни общения. Всего их семь, и каждый отражает определенное направление разговора. Одну из классификаций предложил психиатр и писатель А. Б. Добрович. В основе выступает

этическая сторона общения и «этическая безупречность» собеседников, т.е. своего рода «культура общения».

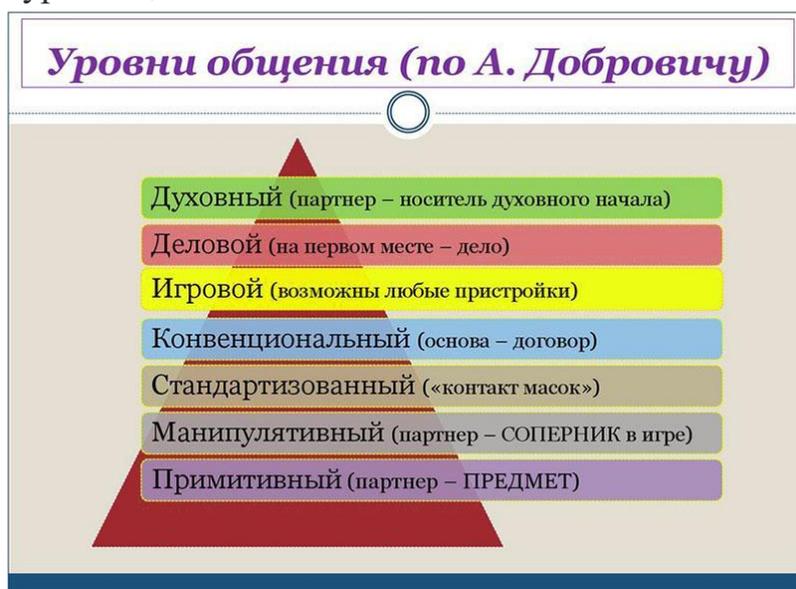


Рис.20.

1. **Примитивный.** Самый простой тип общения. Собеседник рассматривается в качестве предмета, а не личности. Диалог строится, не заботясь о понимании со стороны партнера. Человек не обращает внимания на окружающих и больше говорит, чем слушает, постоянно перебивая.

2. **Манипулятивный.** В этом случае собеседник выступает в качестве средства для достижения цели. Человек, использующий манипулятивный стиль общения, ставит меркантильность превыше всего и все его слова имеют одну цель — заставить партнера принести ему выгоду, материальную или психическую. Этим уровнем часто пользуются менеджеры по продажам.

3. **Стандартизованный.** Также известен как «уровень масок». В этом случае при беседе не участвуют настоящие личности, каждый использует «маску», исполняя задуманную роль. Из-за этого не может возникнуть полноценное общение, а после беседы остается чувство искусственности и равнодушия. Происходит это из-за того, что при встрече партнера, надевшего «маску», человек тоже надевает ее, пусть и неосознанно.

4. **Конвенциональный.** Оба собеседника желают общаться и делают это на равных. Это полноценный, цивилизованный уровень общения. Распространен в деловой сфере, используется между знакомыми и родственниками.

5. **Игровой.** Характерен только для родственников или близких друзей. Важное значение приобретает чувство юмора и импровизации. Общение происходит с оттенком несерьезности, неформальности.

6. **Деловой.** На этом уровне собеседники не обращают внимания на личность партнера, его внешний вид или характер. Цель здесь одна — общее дело или проблема, которую надо решить. Несмотря на особенности этого уровня общения, помимо

результатов работы люди могут выносить различные чувства антипатии или симпатии, несмотря на работу на надличностном уровне.

7. **Духовный.** Высший уровень общения, доступный только очень близким людям. Отличается полным раскрытием своего «Я», а также готовностью принять «Я» собеседника. Такие люди могут долго общаться тихим и размеренным тоном, даже заканчивать друг за другом предложения, своеобразно «сливаясь» с собеседником, но не теряя собственную идентичность.

5. Типология пассажиров по типам нервной системы

Темперамент (тип нервной системы) — это индивидуальное свойство человека, которое в наибольшей мере зависит от его врожденных, природных психофизиологических качеств и слабо подвержен изменениям под воздействием окружения и воспитания.

Конкретные проявления типа темперамента многообразны. Они не только заметны во внешней манере поведения, в познавательной деятельности, сфере чувств, побуждениях и действиях человека, умственной работе, особенностях речи и т. п.

Свойства темперамента: *сила* - способность долго сохранять высокий уровень работоспособности, быстро восстанавливаться, не реагировать на слабые раздражители; *уравновешенность* - способность оставаться спокойным, легко подавлять свои неадекватные желания; *подвижность* - способность быстро реагировать на изменения ситуации, легко приобретать новые навыки.

Холерик - сильный, неуравновешенный, с преобладанием возбуждения («безудержный»)

Признаки

- быстрота движений и действий, порывистость, возбудимость
- психические процессы протекают быстро, интенсивно
- неуравновешенность, слабые усидчивость и терпение
- преобладание возбуждения над торможением (резкость, вспыльчивость, раздражимость, эмоциональная несдержанность)



Флегматик - сильный, уравновешенный, инертный тип («спокойный»)

Признаки:

- медлителен, спокоен, нетороплив

- в деятельности основателен, продуман, упорен
- склонен к порядку, привычной обстановке, не любит перемен
- психические процессы протекают замедленно
- эмоционально уравновешен и стабилен
- в отношениях с людьми ровен, спокоен, в меру общителен



Меланхолик - слабый тип («слабый»)

Признаки:

- психические процессы протекают замедленно,
- с трудом реагируют на сильные раздражители
- быстро утомляются
- сильные, глубокие, длительные эмоциональные состояния
- легкоуязвимые, тяжело переносят обиды, огорчения
- склонны к замкнутости, избегают общения с малознакомыми людьми
- часто отличаются мягкостью, тактичностью, деликатностью, чуткостью



Сангвиник - сильный, уравновешенный, подвижный («живой»)

Признаки:

- живой, любознательный, подвижный (но без резких, порывистых движений)
- веселый и жизнерадостный
- эмоционально чувствителен, но чувства у него обычно не сильны и не глубоки
- быстро забывает обиды, сравнительно легко переживает неудачи.
- общителен, легко устанавливает контакты



Типология пассажиров на основе принципов взаимодействия

В процессе взаимодействия между людьми могут в большей или меньшей мере проявляться следующие состояния человека:

- состояние "родителя",
- состояние "взрослого",
- состояние "ребенка".

Эти три состояния сопровождают человека всю жизнь.

Родительское Я состоит:

- правила поведения,
- нормы,
- позволяет индивиду успешно ориентироваться в стандартных ситуациях,
- "запускает" полезные, проверенные стереотипы поведения,
- освобождая сознание от загруженности простыми, обыденными задачами.

Кроме того, **Родительское Я** обеспечивает с большой вероятностью успеха поведение в ситуациях дефицита времени на размышления, анализ, поочередное рассмотрение возможностей поведения.

Взрослое состояние Я:

- воспринимает и перерабатывает логическую составляющую информации,
- принимает решения преимущественно обдуманно и без эмоций, проверяя их реальность

Взрослое Я, в отличие от Родительского, способствует адаптации не в стандартных, однозначных ситуациях, а уникальных, требующих размышлений, дающих свободу выбора и, вместе с этим, необходимость осознания последствий и ответственного принятия решений.

Детское состояние Я

Следует жизненному принципу чувств. На поведение в настоящем влияют чувства из детства. Детское Я также выполняет свои, особые функции, не свойственные двум другим составляющими личности. Оно "отвечает" за творчество, оригинальность, разрядку напряжения, получение приятных, иногда "острых",

необходимых в определенной степени для нормальной жизнедеятельности впечатлений. Кроме того, Детское Я выступает на сцену, когда человек не чувствует достаточно сил для самостоятельного решения проблем: не способен преодолеть трудности или/и противостоять давлению другого человека. Это Я подразделяется на: естественное детское Я (спонтанные реакции типа радости, печали и т.д.), приспособляющееся детское Я (приспосабливающийся, прислуживающийся, боязливый, виноватый, колеблющийся и т.п.), возражающее детское Я.

6. Принципы работы с пассажиром в конфликтных ситуациях

Конфликт – один из вариантов взаимодействия. А так, как взаимодействие невозможно без общения, то конфликт – это один из вариантов общения. Под **конфликтом** понимается наиболее острый способ разрешения значимых противоречий, возникающих в процессе взаимодействия и обычно сопровождающийся негативными эмоциями.

Термин **«конфликт»** происходит от латинского слова «conflictus», означающего **«столкнувшийся»**.

Как правило, содержание понятия конфликта раскрывается через следующие значения.

1. Состояние открытой, часто затяжной борьбы; сражение или война.
2. Состояние дисгармонии в отношениях между людьми, идеями или интересами; столкновение противоположностей.
3. Психическая борьба, возникающая как результат одновременного функционирования взаимно исключающих импульсов, желаний или тенденций.
4. Противостояние характеров или сил в литературном или сценическом произведении, в особенности главная оппозиция, на которой строится взаимодействие.

К этому можно добавить еще одно значение: эмоциональное напряжение (волнение, беспокойство), возникающее в результате столкновения противоположных импульсов или неспособности согласовать, примирить внутренние импульсы с реальностью или моральными ограничениями.

Как мы видим из определения, “возникают противоречия”. Давайте зададим себе вопрос: из-за чего эти противоречия возникают? В чем причина возникновения этих противоречий и конфликтных ситуаций в целом?

Причины конфликтов условно делят на две группы: глобальные причины и местные причины.



К глобальным причинам относятся: Культурные особенности. Гендерные различия. Социальный статус.

К местным причинам относятся: Стремление к превосходству (выражается как снисходительное отношение, хвастовство, категоричность, навязывание своих советов). Проявление агрессии. Проявление эгоизма.

Самое простое определение конфликта следующее:
Конфликт – это конфликтная ситуация, плюс инцидент.

Согласно этой формуле, чтобы разрешить конфликт, необходимо:

1. Погасить инцидент
2. Устранить конфликтную ситуацию.

Здесь уместна метафора «дерево». Конфликтная ситуациям – это корни, инцидент – это ствол и ветви.

Если убрать только ствол, то из корней вырастет новое дерево, и возникнет новый конфликт.

Из формулы хорошо видно правило, что «на эмоциях» конфликт не разрешить. Если Вы хотите (имеете цель) погасить конфликт, то не нужно вторгаться в личное пространство Вашего коммуникативного партнера.

Если Вы видите, что в динамике конфликта эмоциональное напряжение возрастает, будьте уверены конфликт – разгорается.

Формула иллюстрирует и нереалистичные конфликты, т.е. конфликты, не имеющие предмета. Когда присутствует только инцидент.

Метафора «дерево» позволяет проще понять «скрытый конфликт», когда присутствуют только корни. Но инцидент уже готов «прорасти», и это только вопрос времени.



$K=KC+I$



Инцидент – столкновение, которое служит «детонатором» конфликта, поводом для перехода его субъектов к открытым конфликтным действиям. Иницирует инцидент конфликтоген: слово, действие, эмоция, мысль, воспоминание и т.д., т.е. все то, что является информацией в первом блоке принятия решения.

Некоторые авторы отождествляют понятие конфликт и конфликтная ситуация. В этом случае в определении «конфликт» достаточно перечислить элементы конфликтной ситуации. Следует заметить, что в российской научной школе, стоящей на системном подходе, учитываемых элементов конфликтной



ситуации в десятки раз больше, чем в зарубежном подходе, один из вариантов которого приводится ниже.

Воздействуя на элементы конфликтной ситуации, управляя ими можно управлять конфликтом. Для цели завершения конфликта, после снятия инцидента, необходимо «изымать» элементы конфликтной ситуации.

Например:

Противоположные цели – можно поискать общие цели. (В диалоге с нарушителем, Вы и он не хотите терять драгоценное время на пустые споры).

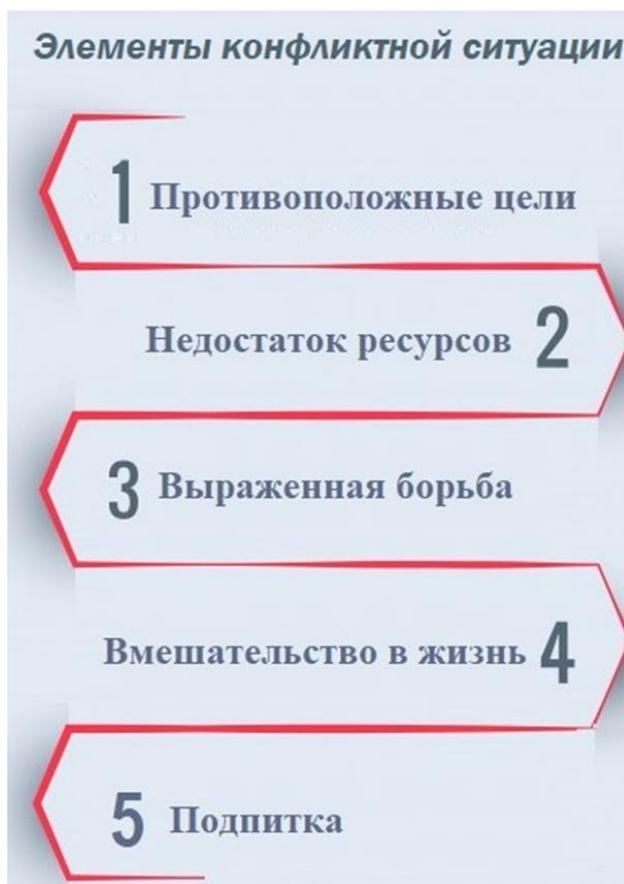
Недостаток ресурсов – некоторые ресурсы можно получить из других источников, некоторые заменить, от некоторых отказаться.

Выраженная борьба – без выраженной борьбы конфликт существует только в голове одной из сторон. Как начать конфликт, чтобы не спровоцировать сильную эмоциональную реакцию, не спровоцировать деструктивный конфликт, что находится в наших силах, мы изучали в предыдущих темах.

Вмешательство в жизнь – затрагивает ли конфликтное взаимодействие Ваши глубинные психологические пласты, личные ценности, людей и предметы, которые Вы включили в свое «Я».

Иногда угроза – только воспринимаемая, иногда Ваше эмоциональное, непрофессиональное поведение на рабочем месте является целью манипулятора. Зачем ему помогать? Про конфликт ролей мы упоминали ранее. Ниже еще раз повторим.

Подпитка – этот элемент находится в зоне нашего влияния. В ответ на полученный конфликтоген, я могу ответить более мощным конфликтогеном. А могу сдержаться.



Неподготовленные люди обычно попадают в ситуацию эскалации конфликтогенов, описанную выше. В ответ получают все более и более значимые конфликтогены.

С точки зрения динамической модели конфликта, развитие конфликта идет по деструктивному пути.

Какие же способы поведения в конфликтной ситуации существуют? Большинство психологов, социологов, конфликтологов принимают идею Томаса и Килмена, что в конфликте можно выделить по крайней мере пять тактик поведения:



➤ **Соперничество** – стратегия поведения, направленная на достижение исключительно своих целей, в ущерб интересам другого.

➤ **Компромисс** – стратегия разрешения конфликта путём взаимных уступок, частичного удовлетворения интересов сторон.

➤ **Сотрудничество** – стратегия поведения, предполагающая решение конфликта с максимальной выгодой для обеих сторон конфликта.

➤ **Избегание** – уход от конфликта, отказ от решения возникшей проблемной ситуации.

➤ **Приспособление** – отказ от своих интересов в пользу оппонента.

В обычной жизни все перечисленные стратегии поведения одинаково применимы, у каждой есть свои плюсы и свои минусы. Однако в сфере клиентского обслуживания рекомендуется пользоваться тремя: **сотрудничество, компромисс и приспособление.**

Работник должен прилагать усилия для того, чтобы не создавать конфликтных ситуаций с пассажиром, а при их возникновении максимально способствовать их разрешению.

Работа водителя с возражениями пассажира:

1. **Выслушать до конца** – дать пассажиру выговориться. Ему необходимо выразить свое недовольство

2. **Условно согласиться** – дать пассажиру почувствовать Вашу готовность решить возникшее затруднение.

3. **Уточнить запрос** – получить достаточно информации от пассажира для понимания сути возникшей ситуации.

4. **Апелляция** к авторитетному источнику – дать пассажиру понять значимость и серьезность Ваших аргументов.

5. **Предложение альтернативы** – дать пассажиру возможность выбрать наиболее подходящий для него выход из ситуации.

6. **Завершение диалога** – дать пассажиру ощущение позитива, надежды на лучшее при завершении контакта.

При взаимодействии с негативно настроенным пассажиром или в ситуации, которая потенциально может перерасти в конфликтную, водитель **не должен**:

- Брать на себя обучение пассажиров хорошим манерам;
- Обращаться к пассажиру снисходительным или высокомерным тоном;
- Принимать негативные эмоции пассажира как личное оскорбление и отвечать с личной позиции;
- Повышать голос, использовать оскорбительные слова и выражения;
- Использовать аргумент: «Пассажиров много, а я одна»;
- Перебивать, спорить, оскорблять и обвинять пассажира.

Для выстраивания линии разговора с пассажиром целесообразно вначале диалога задавать **открытые вопросы** – те, которые предполагают полный развернутый ответ, пожелания собеседника или его запрос. Например: «Чем могу помочь?», «Что я вам могу подсказать?».

Когда позиция собеседника или его потребности станут понятными – переходите к **альтернативным вопросам**, предлагая ему два и более варианта решения проблемы или варианта действий. Например: «Как вам было бы удобнее поступить?? Или?» Вас больше устроит? Или?», «Я могу предложить вам или..... Какой вариант вас больше устроит?».

Завершение беседы можно сопроводить **закрытыми вопросами** – предполагающими ответ «да» или «нет». Например: «Вас все устроило?».

Получается своеобразная «воронка вопросов», сводящая диалог к конструктивной беседе: выявлению проблемы, согласованию способа решения вопроса и подтверждению, что этот способ устраивает и проблема устранена.

Воронка вопросов

