

АНАТОЛИЙ ПОПКО

ОБСЛУЖИВАНИЕ НЕЗРЯЧИХ ЛЮДЕЙ НА ОБЪЕКТАХ ТОРГОВЛИ, В КАФЕ И РЕСТОРАНАХ



МОСКВА, 2019

Анатолий Попко

Обслуживание
незрячих людей
на объектах торговли, в
кафе и ресторанах

Москва, 2019

УДК 376
ББК 60.94
П57

Попко А.Д.

П 57 «Обслуживание незрячих людей на объектах торговли, в кафе и ресторанах. - М: ФГБНУ «ИУО РАО», 2019. - 60 с.

ISBN: 978-5-6042257-3-8

Пособие «Обслуживание незр= людей на объектах торговли и услуг» ориентировано на персонал розничных торговых точек и объектов общественного питания: продавцов, продавцов-консультантов, администраторов залов и отделов, кассиров, официантов и сотрудников службы охраны.

На=сано по заказу Департамента труда и социальной защищ,г населения города Москвы.

Фотографии Осиновской В.Б.

УДК376
ББК60.9
4

ISBN: 978-5-6042257-3-8

© Попка АД, 2019
© Департамент труда и социальной
защиты населения города Москвы, 2019
© ФГБНУ «ИУО РАО», 2019
© ООО «Мастерсервис», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

1. Базовые принципы общения с инвалидами по зрению на объектах торговли	5
2. На входе в магазин	8
3. Общение с незрячим покупателем на входе (рекомендации для сотрудников службы охраны магазина)	10
4. Обслуживание инвалидов на предприятиях торговли.....	13
4.1. Магазин самообслуживания.....	13
4.2. Магазин прилавочного типа	20
4.3. Магазин прилавочного типа с централизованной кассой.....	25
5. Обслуживание людей с инвалидностью по зрению в пунктах общественного питания.....	28
5.1. Базовые принципы общения с инвалидами по зрению в кафе, столовых и ресторанах	28
5.2. Структурируем проблему обслуживания	31
5.3. Типология пунктов общественного питания.....	32
5.4. Идентификация незрячего посетителя	33
5.5. Сопровождение незрячих клиентов	34
5.6. Общение с незрячим клиентом.....	38
5.7. Выбор блюд и напитков	41
5.8. Общение с официантом.....	45
5.9. Помощь за столом или «Вы что, и есть за меня будете?!»	47
5.10. Оплата счёта	50

Приложение:

Физическая доступность объектов торговли с учетом обслуживания в них незрячих покупателей	53
Требования Федерального закона «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации». Административная ответственность за уклонение от исполнения требований доступности объектов и услуг и дискриминацию инвалидов в случаях, неадекватного оказания услуг.....	58
Нормативно-правовые требования	59

Введение

Предприятия розничной торговли, открытой сети общественного питания и бытового обслуживания населения являются наиболее массовой группой общественных зданий, где необходимо создание условий доступности для маломобильных групп населения.

Применение рекомендаций настоящего пособия приведет к повышению доступности, безопасности, комфортности и информативности при обслуживании инвалидов по зрению на действующих и приспособляемых объектах торговли, снижению рисков возникновения трагических ситуаций, как для инвалидов по зрению, так и для посетителей без ограничений мобильности.

1. Базовые принципы общения с инвалидами по зрению на объектах торговли

Под «незрячим покупателем» в данном пособии будет пониматься инвалид по зрению I и в меньшей степени II группы, т.е. человек, либо полностью лишённый зрения, либо лишённый его настолько, что он не может самостоятельно прочитать текст на упаковке товаров, не всегда может увидеть цену товара, определить, где находится тот или иной отдел магазина, рассмотреть схему отделов на плане магазина и прочее. Иными словами, речь в данном пособии пойдёт о тех людях, которые действительно нуждаются в помощи и не просто «плохо видят», а не видят совсем (а если видят, то чуть-чуть и в особых условиях, которых в магазине, скорее всего, нет).

Такие люди, как правило, приходят в магазин с белой тростью (обязательный атрибут totally слепого) или в очках с довольно толстыми линзами или затемнёнными стёклами. Они могут ходить медленнее других посетителей, случайно наткнуться на неожиданные препятствия (особенно прозрачные витрины), спотыкаться на ровном (для зрячих) месте, рассматривать товар с очень близкого расстояния, используя для этого всевозможные увеличители, пытаться войти в выход, спрашивать о том, где находится молочный отдел, стоя под его вывеской, и т.п.



Для инвалидов по зрению доступны далеко не все предприятия торговли и услуг. Это связано как с доступностью городской и транспортной инфраструктуры, так и с умением незрячего покупателя самостоятельно ориентироваться в пространстве и знанием о расположении существующих точек продаж. Нередко незрячие знают один-два окрестных магазина и предпочитают приобретать товары (не только продукты питания, но и одежду, обувь, галантерею, ювелирные изделия) именно в них, даже если они не отличаются широтой ассортимента, умеренными ценами, вежливостью обслуживающего персонала и прочее. Это же в полной мере справедливо для пунктов общественного питания, отделений банков, больниц.

Изменение привычного места совершения покупок сопряжено со значительными трудностями: освоение нового маршрута, чтобы добравшись до магазина; выяснение ассортимента предлагаемых товаров и цен на них; привыкание к расположению отделов в новом магазине; привыкание к персоналу магазина и т.д. Именно поэтому незрячие нередко предпочитают привычные неудобства проблемам изменения «любимого» (освоенного) магазина.

В процессе совершения покупки инвалидом по зрению принципиальную роль начинают играть две группы факторов:

1. Степень потери зрения: кто совершает покупку - тотально (полностью) незрячий или слабовидящий?
2. Формат торговой точки: покупки совершаются в магазине самообслуживания или же в магазине прилавочного типа?

Также немаловажную роль играют и другие обстоятельства:

- незрячий впервые совершает покупку в данной торговой точке или же он здесь уже бывал раньше;
- доброжелательность и отзывчивость персонала магазина и покупателей;
- количество посетителей магазина и др.

В самом общем виде процесс покупки товаров всегда можно разбить на три последовательных этапа:

1. Предварительный - вход в магазин;
2. Выбор товаров;
3. Оплата покупок.

При этом следует отметить, что, как правило, совершение покупок в магазине прилавочного типа для незрячих представляется гораздо более простым делом, чем в магазинах самообслуживания.

«Вы что - слепой?!»

Если к сотруднику магазина обращается за помощью человек, сообщающий о том, что он плохо видит, это нередко означает, что по меркам условно здоровых (зрячих) людей он не видит совсем и не может самостоятельно совершить покупки в магазине. Не стоит сразу возмущаться: будет гораздо лучше, если Вы уточните, чем именно можете помочь покупателю.

Нетрудно себе представить, что процесс совершения покупки незрячим человеком сопряжён с очень многими трудностями. Так, например, незрячему бывает трудно:

- Найти в магазине отдел, где продаётся нужный товар, или полки, на которых он располагается;
 - Узнать интересующие характеристики товара (даже если они на писаны на упаковке или на информационном щите, установленном рядом)- стоимость, срок хранения, содержание определённых ингредиентов (добавок, красителей, наполнителей и проч.), пригодность (на пример, рекомендуется ли детям определённого возраста) и проч.;
 - Выбрать товар, определив его качество визуально: «Это спелые бананы?», «Это яблоки без «бочков»?», «Это хороший виноград?». Также сложно бывает оценить количество (вес, объём) товара, не имея возможности на него посмотреть: «Такого кусочка сыра хватит? - А он маленький?», «Семь яблок достаточно? - А они большие?»
 - Донести или довести товар до кассы: инвалиду по зрению управлять с объёмистой ручной корзиной или тележкой, перемещаясь в узком пространстве между полками с товаром, значительно труднее, чем без неё. К тому же самостоятельное использование тележек и корзин не всегда бывает безопасным, может быть чревато ущербом для магазина и определённым беспокойством для других покупателей;
 - Оплатить приобретённый товар, т.е.:
 - отстоять очередь в кассу (что представляется довольно сложной задачей без визуального контроля перемещений покупателей и их тележек);
 - выгрузить приобретённые товары на ленту транспортёра и положить их обратно в ручную корзину или тележку;
 - быстро найти в кошельке денежные купюры нужного достоинства, отдать их продавцу или кассиру, забрать сдачу и убрать её в кошелёк, рассортировав по нужным отделениям.
- Все эти проблемы являются достаточно сложными для незрячего, но вместе с тем они могут быть легко преодолены при минимальном участии сотрудников торговых организаций.

2. На входе в магазин

На входе в магазин инвалид по зрению должен решить для себя следующие задачи:

- Туда ли он попал, куда собирался?
- Продаются ли в этом магазине необходимые ему товары?
- Как он будет совершать покупку в этом магазине?
- Куда сейчас идти?.. или повернуть?.. или остановиться подождать?

При входе в магазин незрячий покупатель должен обозначить своё присутствие и попросить помочь ему сделать покупки. В качестве источника необходимой информации о товарах, которые продаются в магазине, об отделах магазина, о ценах и проч., часто выступают другие посетители, т.к. незрячий лишён возможности обратиться непосредственно к сотруднику магазина.

Оптимальным в данном случае представляется вариант, который уже реализован естественным путём во многих супермаркетах: первый, кто обращает внимание на незрячего покупателя, это охранник и было бы очень неплохо, если бы он проявил инициативу, поинтересовавшись, не нужна ли посетителю помощь. Узнав, что именно хотел бы приобрести незрячий покупатель, охранник мог бы вызвать на помощь дежурного менеджера, или самому проводить посетителя в нужный отдел и помочь занять очередь.

«Помогайте тактично»

Если у Вас есть возможность помочь незрячему сориентироваться, пожалуйста, постарайтесь сделать это как можно более корректно и ненавязчиво. Не стоит кричать из другого конца помещения: «Гражданка! Ну, Вы что не видите?! Это же слепой вошёл! Помогите ему купить!» Подобного внимания к себе ни один человек не жадет.

В задачи сотрудник службы охраны входит:

- Идентифицировать покупателя с особыми потребностями (в данном случае незрячего) по внешним признакам (белая трость, неуверенная походка, очки с толстыми линзами, нефокусированный взгляд и др.);
- Уточнить, нужна ли ему помощь и, если «Да», то какая именно;
- Если незрячий покупатель намерен приобрести какие-либо товары, вызвать свободного менеджера к входу в магазин;

- Проводить незрячего покупателя в место, где он может подождать менеджера, и убедиться в том, что менеджер и незрячий покупатель встретились.

В дальнейшем именно вызванный менеджер помогает незрячему покупателю приобрести товары и оплатить их на кассе.

3. Общение с незрячим покупателем (рекомендации для сотрудников службы охраны магазина)



1. Подойдя к инвалиду по зрению, дотроньтесь до его руки и по здравуйте - прикосновение позволит инвалиду по зрению понять, что Вы обращаетесь именно к нему, а звук голоса - даст возможность повернуться к собеседнику лицом;

2. После слов приветствия обязательно назовите себя. Помните: незрячий не видит Вашей униформы и не может сходу опознать в Вас сотрудника службы охраны. В идеале фраза должна звучать так:

«Здравствуйте. **Я** сотрудник службы охраны магазина «Пере крёсток». Могу ли я Вам помочь?»

3. Если незрячий покупатель отвечает отрицательно, пожалуйста, не надо навязывать свою помощь. Возможно, зрительная патология покупателя сводится к продолжительному времени адаптации к изменению освещения и незрячий покупатель вполне в состоянии самостоятельно осуществить покупки в магазине; возможно, он уже бывал здесь раньше и прекрасно знает, что к чему; возможно, он договорился встретить ся с кем-то на входе в магазин и т.д.

При этом чуть более пристальное внимание к этому покупателю с Вашей стороны будет вполне оправданным: незрячий человек может стоять на пути, мешая проходу посетителей. В этом случае Вам следует подойти к нему, сообщить о том, что он мешает покупателям и попросить отойти на несколько шагов в определённую сторону;

4. Если незрячий покупатель попросил Вас ему помочь, то, прежде, всего вместе отойдите с прохода, а затем уточните, какая именно по мощь ему нужна.

Совет:

Познакомьтесь с покупателем, чтобы Вы могли к нему обращаться по имени, и он точно понимал, что Вы обращаетесь именно к нему (тем более что посторонний шум в помещении может сильно затруднять общение для незрячего человека). В идеале фраза должна звучать так: «Итак, меня зовут Станислав. Могу я узнать Ваше имя? Анатолий?» - очень приятно».

5. Если незрячий покупатель хотел бы приобрести товары в магазине, попросите свободного менеджера по продажам подойти к тому месту, где Вы находитесь. Для этого можно использовать радиосвязь, интерком магазина или помощь других сотрудников магазина.

Совет:

Встать лучше в таком месте, где есть горизонтальная поверхность, чтобы подошедшему менеджеру было удобно писать, а незрячий покупатель получил постоянный ориентир.

Попросите незрячего покупателя немного подождать менеджера, который подойдёт и поможет совершить покупки в магазине: «Сейчас я попрошу, чтобы к нам подошёл свободный менеджер ...»

6. Когда к Вам подойдёт менеджер, сообщите ему, что в магазин пришёл незрячий покупатель, которому требуется помощь, подойдите вместе с менеджером к незрячему покупателю и представьте менеджера: «Анатолий, это Валентина. Она поможет Вам сделать покупки».

Затем начинается процесс совершения покупки, помощь в котором будет обеспечивать менеджер по продажам.

«Куда идти?»

Указывая направление движения, пожалуйста, имейте в виду:

- Фразы типа: «Пройдите сюда!», «Отойдите в сторону!» и т.п. для totally незрячих абсолютно бесполезны - они не видят, куда Вы при этом указываете, и не всегда могут правильно угадать нужное направление;

- Направление нужно указывать очень чётко - словами «лево» и «право», употребляя их относительно расположения незрячего (т.е. это его «лево» и его «право»). При этом многие люди часто путают стороны, поэтому не бойтесь ошибиться, но обязательно сами исправляйтесь;

- Вы и незрячий человек повернуты в разные стороны, поэтому Ваше «лево» и его «лево» могут очень сильно различаться. Как написано выше, всегда исходите из его «лево» и «право»;

- Вы, говоря «влево» и «вправо» знаете, что стороны указываются относительно расположения незрячего ... но сам незрячий в первый раз может подумать иначе.

Идеальная инструкция выглядит так:

«Сделайте три шага от Вас налево».

4. Обслуживание инвалидов на предприятиях торговли

1. Магазин самообслуживания

Незрячий покупатель, о котором идёт речь в настоящем пособии, вряд ли сможет без значительных сложностей и определённого риска для магазина и окружающих осуществить покупки в магазине самообслуживания без посторонней помощи. Иными словами, незрячему покупателю обязательно потребуется помощь сотрудников магазина - сотрудника службы охраны, менеджера по продажам или администратора зала и кассира.

В магазине самообслуживания есть два варианта совершения покупок:

1. Выбор товаров осуществляет незрячий покупатель при помощи сотрудника магазина;
2. Выбор товаров осуществляет сотрудник магазина, которому незрячий покупатель сообщает точный перечень товаров, которые он хотел бы приобрести.

Внимание: оплату товаров на кассе в обоих случаях незрячий покупатель должен осуществлять самостоятельно.

Таким образом, первоочередная задача менеджера, который будет помогать незрячему покупателю, состоит в определении оптимальной схемы выбора товара.

Первый вариант («Идём вместе») является предпочтительным тогда, когда незрячий покупатель не очень уверен в том, что именно он хотел бы приобрести, и планирует определиться в этом вопросе на месте. Соответственно, второй вариант («Давайте я схожу») целесообразен в тех случаях, когда:

- Покупатель точно знает, какая ему нужна продукция от каких производителей и в каких количествах;

- Покупателю абсолютно не важны характеристики товара («Литр любого молока», «Килограмм любых яблок» и проч.).

При этом важно, чтобы покупатель чётко и однозначно сформулировал, что именно должен делать менеджер, если желаемого товара не окажется в наличии: не выбирать ничего или же выбрать несколько вариантов, от которых покупатель откажется на кассе, оплатив только один альтернативный вариант.

Примеры поведения клиента:

- «Мне нужны именно зелёные кислые или кисло-сладкие яблоки.

Если таких нет, яблоки, пожалуйста, не берите»

- «Мне нужно два литровых пакета молока «Домик в деревне» или «Простоквашино». Уточните, пожалуйста, срок годности, т.к. мне его нужно хранить»

- «Возьмите какой-нибудь сырокопчёной колбаски - грамм 200- 300... Можно чуть больше, чуть меньше - на Ваш вкус».

Важно, чтобы покупатель однозначно сформулировал свои ожидания и обрисовал Вам желаемую модель поведения: «Ни на шаг от спи ска» или «Всё на Ваше усмотрение».

При следующем шаге необходимо составить список товаров, которые хотел бы приобрести незрячий покупатель. Заказ, написанный на бумаге, имеет принципиальное значение, если Вы будете совершать покупки самостоятельно. Но даже если Вы пойдёте вместе, необходимо чтобы незрячий покупатель обрисовал Вам, что именно он хочет купить, т.к. это поможет Вам выбрать оптимальный маршрут перемещения по территории торгового зала, а незрячему покупателю сконцентрироваться на задаче.



Совет:

Даже если список товаров небольшой (3-5 наименований), лучше взять тележку (а не ручную корзину), чтобы складывать в неё покупки. Тележка не только освободит руки Вам и незрячему покупателю, но и будет служить удобным вспомогательным средством при перемещении по залу. При этом попросите незрячего покупателя толкать тележку перед собой, а сами, идя спереди, направляйте её между рядами с товаром. Это позволит Вам избежать столкновений с другими посетителями, тележками, бонетами и полками с товаром.

«Правила хорошего тона для менеджера»

В процессе выбора товаров для незрячего покупателя Вы, скорее всего, столкнётесь с морально-этическими проблемами - особенно при выборе продуктов питания. Не секрет, что иногда в магазинах на полках стоят продукты, качество которых не вполне отвечает требованиям взыскательного покупателя. Иными словами, визуально можно определить, что срок годности этого йогурта истекает через два дня, а эти бананы уже немного коричневые. .. Надо ли давать свою оценку таким товарам, фактически отговаривая покупателя приобретать эти продукты в Вашем магазине, или же, наоборот, проявить лояльность работодателю и постараться «спихнуть лежак»? Разумеется, каждый человек, оказавшийся перед таким выбором, сделает его самостоятельно, но Вам стоит быть морально готовым к тому, что незрячий покупатель попытается с Вашей помощью оценить качество товара - и это естественно.

Вот несколько невысказанных, но очень важных для незрячего покупателя просьб:

- Старайтесь не раздражаться на «глупые» вопросы покупателя типа: «Это хорошие киви?», «Это вкусные пельмени?», «Эта блузка мне идёт?», «Это хорошо смотрится/выглядит?» и т.д. Незрячие люди нередко думают, что для принятия правильного решения (в том числе и о покупке чего бы то ни было), им не хватает только зрения (как и для решения всех остальных проблем в своей жизни). Попробуйте отнестись с пониманием к этой слабости и просто помочь человеку сделать тот выбор, который он хочет сделать;

- Старайтесь не срывать зло на незрячем покупателе, который просит Вас читать даты изготовления и состав на упаковке товаров. Поверьте, если бы он(а) мог(ла) это сделать самостоятельно, то наверняка не стал(а) бы прибегать к Вашей помощи;

- Старайтесь не раздражаться, если незрячий покупатель просит Вас прочитать состав продуктов на упаковке во второй и в третий раз: в магазине, как правило, шумно, поэтому с первого раза бывает трудно расслышать то, что Вы говорите. Кроме этого, посторонний шум отвлекает внимание незрячего человека, т.к. слух - это основной источник информации. В то же время состав продуктов питания и отдельные ингредиенты могут иметь принципиальное значение, т.к. слепота нередко сопровождается целым букетом сопутствующих заболеваний (например, диабет), при которых жизненно важную роль играет то, что человек употребляет в пищу;

- Старайтесь не отвлекаться на посторонние разговоры: экономьте своё и чужое время. Особенно избегайте лечебно-медицинских и религиозно-душеспасительных тем. Держите в голове, что человек пришёл за покупками, он может быть совершенно не настроен раскрывать перед Вами душу. Прежде чем начать расспрашивать, отчего, как и когда «... с человеком случилось такое несчастье», подумайте: понравилось бы Вам, если бы он(а) в ответ начал(а) задавать Вам вопросы о Вашем излишнем весе, проблемах в Вашей половой сфере и сложностях воспитания детей;

- Старайтесь не давать незрячему покупателю возможность отвлечься на посторонние темы и, что называется, садиться Вам на шею. Если Вы чувствуете, что человек начинает явно злоупотреблять своим положением «бедного, несчастного, больного и убогого», не стесняйтесь дать ему понять, что его личные проблемы Вас совершенно не касаются, что в Ваши задачи входит только помочь ему (ей) приобрести необходимые товары, что, вообще говоря, Вы на работе и у Вас нет ни времени, ни желания для непринуждённой беседы по душам.

Выбор незрячим покупателем товаров

Незрячий покупатель решает в магазине самообслуживания следующие задачи:

- поиск и выбор нужного товара;
- уточнение интересующих его характеристик товара;
- доставка его к месту оплаты (магазин самообслуживания).



Базовые принципы обслуживания инвалидов по зрению в магазинах (читать всем):

- Если планируется сколько-нибудь продолжительное общение с незрячим, обязательно познакомьтесь. Если собеседник произносит Ваше имя неправильно, не стесняйтесь вежливо его исправлять до тех пор, пока он не начнёт называть Вас правильно (ожидайте того же и от собеседника);

- Если в общении была пауза (Вы отвлекались или куда-то отходили), начните свою фразу, обращённую к незрячему покупателю, с его имени: это поможет ему (ей) однозначно понять, что Вы обращаетесь именно к нему (ней);

- Если Вы отходите от незрячего покупателя, сообщите ему об этом простой фразой: «Подождите, пожалуйста, я сейчас вернусь ...» Это позволит ему быть в курсе Ваших перемещений и не чувствовать себя идиотом, начав беседовать с Вами в Ваше отсутствие;

- Когда Вы возвращаетесь к незрячему покупателю от удалённых полок с товаром, сообщите ему (ей) об этом: «Так, я вернулся(лась)». Обязательно обозначьте себя, если Вы отходили и вернулись к продуктовой тележке незрячего покупателя, прежде чем что-то туда положить или что-то оттуда забрать;

- Если у Вас звонит мобильный телефон и Вы планируете ответить абоненту, сообщите об этом незрячему покупателю: «Одну минуту, у меня звонит сотовый...». Когда Вы закончите беседовать по телефону,

также сообщите об этом незрячему покупателю: «Всё, я закончил(а) беседовать» (незрячий покупатель не видит, что Вы уже убрали трубку от уха, и готовы продолжить общаться с ним);

- Старайтесь комментировать вслух происходящее настолько, на сколько это уместно: «Теперь движемся в бакалею», «Давайте посмотрим на колбаску», «А тут у нас сахар». Подойдя к полкам с разными вариантами товара, который нужно купить, начните озвучивать альтернативы: «Итак, чипсы ... Есть «Эстрелла», «Московский картофель», «Принглс». Какие хотите - большие, маленькие? Большие - это 80 гр. Вот такая пачка. Это конкретно с луком, но есть ещё с грибами, с луком и зеленью... »

- Не кладите сами в тележку выбранные товары - отдавайте их в руки незрячему покупателю: он(а) должен (должна) положить все товары в тележку своими руками. Это позволит ему (ей) точно знать, что именно находится в тележке и где именно лежит;



- Отдавая товар в руки незрячему покупателю, чтобы он(а) расположил(а) его в тележке, называйте, что это такое, существенные характеристики и стоимость: «Вот две банки оливок: с лимоном и с анчоусами. Каждая по 64 рубля»;

- Если Вы хотите помочь незрячему покупателю разместить товар в тележке, не выхватывайте товар из рук или из тележки молча, а сообщите о своём желании: «Вы кладёте банку с ананасами прямо на помидоры. Давайте я Вам помогу»;

- Если незрячий покупатель решительно отказывается от помощи, ни в коем случае не надо на ней настаивать. Даже из лучших побуждений не надо. Даже если Вы уверены на все 100%, что сделаете лучше, быстрее, надёжней, безопасней ... Просто скажите о своих опасениях:

«Вы поставили трёхлитровую банку с огурцами прямо на картошку. Она может упасть. Если это произойдёт, Вы будете вынуждены заплатить за банку, а мне сделают выговор за то, что не уследил(а)». Если незрячий покупатель и после этого отказывается от помощи, пусть платит за банку, если она разобьётся.

Оплата покупок

На этом этапе незрячий покупатель:

- Ещё раз проверяет себя - всё ли он(а) купил(а);
- Расплачивается за товары;
- Упаковывает товары (складывает их в пакет, сумку, рюкзак);
- Уходит из магазина.

Разница между оплатой товаров в магазине прилавочного типа и магазине самообслуживания не представляется принципиальной и сводится к нескольким следующим моментам:

- Очередь на кассу в магазине самообслуживания состоит из людей с тележками, что делает ещё более неудобным отслеживание перемещений покупателей для незрячего пользователя;

- Товары из тележки необходимо выложить на транспортную ленту, а потом загрузить обратно.

Особенности оплаты товаров незрячим пользователем описываются далее на примере магазина прилавочного типа, поскольку логика совершения покупок незрячим покупателем в магазине самообслуживания предполагает присутствие и помощь менеджера магазина, что позволит сгладить шероховатости процесса оплаты товаров незрячим пользователем. В то же время приводимая методика «Оплата товаров незрячим покупателем» представляется значимой и для кассиров магазинов самообслуживания.



2. Магазин прилавочного типа

В магазине прилавочного типа незрячий покупатель будет осуществлять покупки самостоятельно, переходя из одного отдела в другой и общаясь с продавцами.



Основная нагрузка ложится на продавца конкретного отдела, в задачи которого входит:

- Установить контакт с покупателем (при общении с инвалидом по зрению эта задача становится чуть сложнее и значительно важнее, чем при общении зрячих людей);

- Уточнить, что именно хотел бы приобрести покупатель;
 - Ответить на вопросы незрячего покупателя, если они возникнут (самостоятельно удовлетворить своё любопытство незрячий человек не в состоянии, т.к. он не видит ценник, упаковку товара и проч.);
 - Если человек не вполне определился с тем, что именно хотел бы приобрести, следует посоветовать ему что-нибудь похожее из имеюще гося в наличии товара (незрячий не может самостоятельно оценить ас сортимент товаров и их наличие);
 - Если то, что хотел бы приобрести незрячий, продаётся в других отделах, необходимо уточнить, в каких именно и как туда добраться (незрячий, впервые посещающий Ваш магазин, не может знать, где именно находится тот или иной отдел, а на самостоятельный поиск потребуется гораздо больше времени. К тому же незрячий покупатель наверняка привлечёт к себе повышенный интерес со стороны других посетителей магазина);
 - Урегулировать конфликты с другими покупателями в случае их возникновения (незрячему покупателю на совершение покупки требуется значительно больше времени, чем зрячему. Отнеситесь с пониманием к некоторой медлительности покупателя и его вопросам и обязательно утихомирьте особо торопящихся покупателей, если видите, что они начинают беспокоиться по поводу задержки. Лучше всего попытаться превратить задержку в шутку, но сделать это настолько твёрдо, чтобы отбить у посетителей желание развить конфликт).
- Поскольку продавец в магазинах прилавочного типа чаще всего совмещает и функции кассира, постольку к ним относятся и все рекомендации, сформулированные в соответствующем разделе настоящего пособия.



С точки зрения удобства приобретения товаров незрячим покупателем магазины прилавочного типа делятся на две группы:

1. Стандартные магазины, в которых продавцы отделов совмещают функции кассиров, т.е. покупатель выбирает (заказывает) товар, оплачивает его и получает в одном и том же месте - никуда не уходя из отдела;

2. Магазины с централизованной кассой, в которых функции кассира выполняет один (или несколько) человек, не являющийся продавцом какого-либо отдела, т.е. покупатель выбирает (заказывает) товар у продавца отдела, затем идёт в кассу, чтобы его оплатить, а потом возвращается в отдел, чтобы получить заказанное.

Магазины, попадающие в первую группу, в настоящее время безусловно доминируют на столичном рынке. Осуществление покупок в таких магазинах значительно удобнее и для незрячих покупателей.

Процесс оплаты товаров в магазинах прилавочного типа очень тесно связан с процессом выбора товаров. Здесь незрячий покупатель сталкивается с определёнными специфическими сложностями, когда ему необходимо:

- *Стоять в очереди*

Тотально (полностью) незрячий пользователь не всегда может отследить перемещения людей. В результате в очереди возникают «дыры», в которые нередко пытаются протиснуться наиболее нетерпеливые покупатели - «Только взглянуть на витрину», «Да у меня только хлеб - и тот без сдачи» и т.д. Недостаточная активность незрячего покупателя в процессе отстаивания собственного положения в очереди может раздражать покупателей, стоящих в очереди за ним. Иногда подобная ситуация приводит к конфликтам, эпицентром которых становится именно незрячий покупатель, поскольку он «тормозит всю очередь».

С другой стороны, незрячий покупатель, принимая во внимание стремление граждан «только взглянуть на витрину» и не желая вызывать раздражение у стоящих сзади покупателей, пытается контролировать ровать перемещение стоящего перед ним покупателя доступными ему способами, что, в свою очередь, может настораживать и раздражать этого покупателя: «Чего этот гражданин пинает меня по ногам своей палкой ...», «Ну что Вы всё время толкаетесь!»

Если продавец (кассир) замечает нагнетание такой нездоровой обстановки в очереди, его задача - успокоить покупателей. В идеале (если это возможно) лучше обслуживать незрячего покупателя без очереди.

- *Установить контакт продавцом*

Незрячий покупатель не всегда может сразу определить, что его очередь уже подошла (особенно имея в виду манеру некоторых молчаливых продавцов просто упираться взглядом в следующего покупателя, ожидая его реакции). В случае с незрячим покупателем такой приём не проходит, т.к. человек просто не подозревает о том, что уже пора делать заказ.



В такой ситуации продавцу необходимо тактично привлечь внимание незрячего покупателя фразой, которая выбивалась бы из общего контекста (как и покупатель выделяется из общей массы): «Добрый день, что Вам предложить?»

Нередко незрячие покупатели пытаются уточнить, к кому именно обращается продавец. Это может быть сделано устно: «Вы мне?», «Моя очередь?» или визуально - жестом, целевым поворотом головы или мимикой. Важно, чтобы продавец в этот момент смотрел на незрячего покупателя и подтвердил его ожидания: «Да-да, проходите чуть дальше». Если незрячий покупатель постоянно ходит в один и тот же магазин и продавец помнит его в лицо, лучше каждый раз начинать общение с незрячим с одной и той же не вполне стандартной фразы. Тогда незрячий будет знать: если продавец говорит, например, «Здравствуйте! Что Вам предложить сегодня?» - он обращается именно к нему.

Иногда возникает ситуация, при которой незрячий покупатель думает, что обращаются к нему, хотя на самом деле это не так, и начинает отвечать на вопросы продавца, пытаясь сделать заказ не вовремя. Исправить такую неловкую ситуацию можно, например, так (в случае, если незрячий покупатель женщина, а перед ней стоит мужчина): «Девушка, один момент! **Я** только обслужу мужчину ...»

Если в магазине нет очереди, то незрячий покупатель, подходя к прилавку, попытается поздороваться с продавцом. **Он** делает это не только из простой человеческой вежливости, но и чтобы понять, есть ли кто-то за прилавком и куда ему повернуться, чтобы оказаться лицом к продавцу. На приветствие незрячего покупателя нужно научиться отвечать, даже если у Вас очень плохое настроение, и Вы совсем не расположены к общению;

- Сделать выбор товара (уточнить его наличие, характеристики, стоимость, имеющиеся альтернативы и другую важную информацию) - незрячий покупатель действительно не видит то, что находится на витрине, и не знает, сколько стоит то, что он хочет приобрести, т.к. не видит ценник. Продавец часто является единственным источником информации о товаре, который планирует приобрести незрячий покупатель. Отношения с продавцом играют немаловажную роль в процессе совершения покупки конкретного товара в определённом магазине. Именно поэтому так важно проявить понимание и терпение в процессе ответов на вопросы незрячего покупателя, отдавая себе отчёт в том, что в его задачи вовсе не входит задерживать всю очередь. Он просто хочет сделать правильный выбор товара, а другого способа, кроме расспросов продавца, в его распоряжении нет;

- Оплатить покупку - денежные знаки Российской Федерации не отличаются удобством использования для инвалидов по зрению: наощупь большинство купюр не различаются. Как правило, незрячие хра-

нят деньги в определённом порядке, нарушение которого чревато не правильной оценкой наличных денежных средств, путаницей при их использовании и уязвимостью для злоумышленников (нередки случаи, когда незрячие расплачивались за товар купюрами большего достоинства, о чём продавцы товара, поняв, в чём дело, им не сообщали). Ино гда возникают и такие ситуации, когда незрячий покупатель думает, что даёт купюру большего достоинства, а на самом деле протягивает про давцу, например, 100 рублей вместо 1000.

3. Магазин прилавочного типа с централизованной кассой

Особую сложность для инвалидов по зрению представляет покупка товаров в магазинах прилавочного типа с централизованной кассой, по сколько в них предполагается:

- Отстоять очередь в отдел и уточнить товар, который необходимо приобрести;

- Пройти на кассу и оплатить стоимость заказа;

- Вернуться в тот же отдел и, отстояв другую очередь - на получение товара, - отдать продавцу кассовый чек.

В задачи продавца отдела такого магазина, помимо описанных выше, входит помощь незрячему покупателю оплатить товар на кассе. Варианты действий продавца могут быть такими:

- Взять деньги у незрячего покупателя и самостоятельно за него оплатить покупку на кассе;

- Попросить кого-то из сотрудников магазина проводить незрячего покупателя к кассе и обратно;

- Обратиться за помощью к покупателям, стоящим в очереди в этот же отдел, чтобы один из них проводил незрячего покупателя до кассы и обратно (чтобы заинтересовать покупателя, можно предложить ему оплатить и свои покупки в кассе без очереди. Естественно, кассир должен быть в курсе дела и поддержать попытку незрячего покупателя и его сопровождающего оплатить товар без очереди).

Выбор конкретного варианта поведения остаётся на усмотрение продавца, который в своих действиях должен руководствоваться правилами внутреннего распорядка торгового учреждения и особенностями конкретной ситуации.

Методика: Оплата товаров незрячим покупателем (для кассиров и продавцов, совмещающих обязанности кассиров).



Когда с Вами расплачивается незрячий покупатель, пожалуйста:

- Проговаривайте вслух наименование товара, который Вы в данный момент пробиваете, и его стоимость. В конце назовите общую сумму;

- Не ждите, что незрячий покупатель положит деньги на прилавок: он(а), скорее всего, протянет их Вам и будет держать на весу, пока Вы их не заберёте (он(а) просто не видит, куда надо положить деньги);

- Если Вы не можете дотянуться до руки незрячего покупателя (помните: он(а) Вас не видит и не знает, где именно Вы находитесь), попросите покупателя подойти поближе или протянуть руку чуть дальше;

- Всегда проговаривайте вслух, купюру какого достоинства даёт Вам покупатель: «Ваша тысяча ... »;



- Если нужна мелочь, незрячие покупатели, как правило, высыпают её на свою ладонь и протягивают ладонь продавцу - это нормально: Вы наберёте требуемую сумму гораздо быстрее, чем это сделает сам незрячий;

- Не кладите сдачу на тарелочку для мелочи или на прилавок. **Отдавать сдачу необходимо только в руки незрячего покупателя** (не ставляйте незрячего покупателя шарить руками по прилавку в поисках сдачи). Это же в полной мере относится и к приобретаемому товару - всё только в руки;

- Отдавая сдачу, сообщите, какие именно купюры и в каком количестве Вы возвращаете, а также в каком порядке они лежат: «Ваши четырёхста семьдесят рублей: сверху две десятки, потом три по пятьдесят и три сотни» (помните: незрячему нужно правильно разложить деньги в кошельке, иначе он(а) запутается). Лучше всего отдавать не всю сдачу сразу, а последовательно: сначала купюры старшего достоинства («Вот три по сто»), затем младшего («Вот ещё три по пятьдесят») и, наконец, самого младшего («... и две десятки»);

- Когда Вы возвращаете мелочь, её сортировать не надо: «Вот ещё три рубля»;



- Не торопите незрячего покупателя. Дождитесь, пока он уберёт деньги и возьмёт товар. Если это возможно и уместно, помогите покупателю положить товар в пакет или сумку.

5. Обслуживание людей с инвалидностью по зрению в пунктах общественного питания

1. Базовые принципы общения с инвалидами по зрению в кафе, столовых и ресторанах или пара слов «за всю Одессу»

Для человека с инвалидностью по зрению самостоятельное посещение кафе, столовой или ресторана может быть сопряжено со значительными трудностями, которые, впрочем, в подавляющем большинстве случаев можно преодолеть без сколько-нибудь существенных затрат.

Сразу оговоримся: под «человеком с инвалидностью по зрению» или «незрячим клиентом/посетителем» в целях настоящего пособия понимается тотально (полностью) слепые (инвалиды I группы) или слабовидящие (инвалиды I или II группы) граждане. «Самостоятельное посещение» означает, что незрячий посетитель получает все услуги и необходимое содействие непосредственно от сотрудников пункта общественного питания (а не от своего зрячего спутника, других посетителей, специалистов сервисов удалённого видеоассистирования и т.д.). Ключевым инструментом обеспечения доступности услуг кафе, столовых и ресторанов для незрячих клиентов является именно квалифицированный персонал.

В этой связи всем сотрудникам сферы общественного питания, которые так или иначе взаимодействуют с посетителями, очень важно держать в голове следующие базовые принципы:

- ***«Да не минует никого чаша сия»***

Обслуживание клиента с инвалидностью по зрению на достойном уровне - это не добрая воля и не помощь, а обязанность любого учреждения. Отказ от обслуживания клиента на основании его инвалидности называется неблагозвучным словом «дискриминация» и является административно наказуемым свинством.

- ***Зрячий сотрудник видит слепого, а умный - человека***

Инвалидность по зрению - очень важная, но далеко не единственная характеристика посетителя кафе, столовой или ресторана. Правда в том, что слепые (как водители троллейбусов, китайцы и молочные поросята) все разные. Одному может нравиться сидеть за столиком у окна, а второй окажется вегетарианцем.

- *Только сам клиент знает, как правильно*

Разным незрячим клиентам может потребоваться разная помощь. Так, при выборе блюд один незрячий посетитель попросит официанта подробно пройтись по меню (с составом и ценами), другой удовлетворится советом, а третий захочет ознакомиться с меню самостоятельно и потребует его в доступном формате (по-брайлю, на сайте или в мобильном приложении).



- *Необоснованная самоуверенность*
- *гарантия некачественного обслуживания*

Не страшно признаться в отсутствии опыта взаимодействия с незрячими клиентами. Гораздо хуже проявлять необоснованную самоуверенность. Хуже всего с незрячими клиентами общаются люди, уверенные в том, что они-то уж точно знают «что нужно» и «как правильно». «По мощь» таких людей часто носит характер причинения добра.

- *«Спокойствие! Только спокойствие»*

Если и когда человек с белой тростью и в очках (или даже с собакой-проводником) входит в кафе, столовую или ресторан, окружающие люди (включая персонал) нередко начинают переживать и суетиться,

а не думать и делать. В то же время залогом удовольствия от посещения ресторана и, как следствие, благоприятных отзывов и/или щедрых чаевых (да, незрячие тоже оставляют чаевые) является взвешенная и конструктивная помощь сотрудников сферы общественного питания. Сдержанность и здоровая рефлексия помогут перейти от набивших оскомину жалости или гордости к практически полезным действиям.

- *«Самостоятельно» - это без опеки, а не без помощи*

Если незрячий клиент пришёл вместе со зрячим, это не значит, что ему не надо предлагать помощь. Если зрячий сопровождающий оказывает незрячему спутнику или спутнице всё необходимое содействие, - это значит, что незрячего клиента в ресторане нет. Есть зрячий с обременением. Говорить о доступности учреждения общественного питания в этом случае не приходится.



- *Незрячий посетитель - это полноценный клиент*

Любой совершеннолетний и дееспособный клиент вправе сам принимать за себя решения (даже если он «ну совсем ничего не видит»). Именно у клиента (а не у его сопровождающего) нужно спрашивать, что и сколько он будет есть и пить, требуется ли ему помощь и если да, то какая именно.

Пара зрячий и незрячий - это два равновесных клиента, а не полтора.

- *Навязывать помощь и игнорировать инвалидность - одинаково плохо*

Это две крайности, между которыми находится золотая середина профессионального обслуживания.

2. Структурируем проблему обслуживания или «Не, всё понятно, но что конкретно?»

Ключевые сложности, с которыми сталкиваются незрячие клиент ты при посещении учреждений сферы общественного питания, могут включать:

- Взаимодействие с персоналом - сотрудником за стойкой гардероба или бара, официантом, администратором);
- Перемещение по помещениям, включая поиск свободного столика, доставку еды в случае самообслуживания, определение местонахождения санитарно-гигиенических помещений, кассы, входа и выхода из зала и т.д.;
- Определение ассортимента блюд и напитков, их состава, объема и стоимости;
- Поиск приборов, специй, салфеток, тарелок и бокалов с едой и напитками.

В чужую тарелку и душу без спроса не лазать!

Некоторые тотально незрячие посетители ресторана готовы с благодарностью принять помощь официанта за столом (разрезать стейк, разлить по бокалам вино, описать расположение блюд на тарелке). В то же время другие незрячие сочтут такую заботу излишней и ущемляющей их чувство самостоятельности. Идеальным в этой ситуации будет тактичное предложение помочь и скупное следование полученному ответу (разумеется, только в том случае, если он сформулирован в корректной благодарной форме). Излишняя настойчивость здесь настолько же неуместна, насколько полное игнорирование особых потребностей незрячего клиента.



3. Типология пунктов общественного питания или «Макдоналдс - не ресторан!»

С точки зрения незрячего посетителя и специфических сложностей, которые необходимо преодолеть, все учреждения общественного питания делятся на несколько категорий:

- Кафе (Макдональде, Бургер Кинг, KFC, Subway) - оплата заказа производится на кассе, здесь же клиент получает заказ, а затем самостоятельно находит свободный столик;
- Столовая или «Шведский стою» («Му-Му», «Ёлки-Палки») - клиент с подносом перемещается вдоль линии раздачи и накладывает (или получает от сотрудника) желаемые блюда. Затем оплачивает заказ на кассе и ищет свободный столик;
- Ресторан («Иль Патио», «Хлеб Насущный») - клиента встречает администратор и провожает до свободного столика, клиент знакомится с меню, а официант приносит блюда и рассчитывает клиента.

«Напрасные слова - вот сущность ложной сути»

Как известно, инвалидность по зрению сопряжена с отсутствием львиной доли информации (считается, что среднестатистический человек получает до 80% всей информации при помощи органов зрения). В ситуации столь ограниченного собственного восприятия человек вы-

нужденно опирается на информацию от окружающих людей, наиболее содержательной частью которой, как правило, является устная речь. Сказанное слово порождает ожидания, которое, в свою очередь, порождает действия.

На практике: если незрячий посетитель знает, что он заходит в ресторан (скажем, случайный прохожий прочитал ему вывеску над входом), то его задача - найти столик и подождать официанта. В шумном фойе на вопрос «Чем помочь?» он отвечает максимально конкретно: «Найти свободный столик». Как сказали - так и сделали: столик найден, незрячий посетитель выдохнул и расселся: «Ух, сейчас закажу ... ». Сколько времени он прождёт официанта за столиком «Ресторана быстрого обслуживания McDonalds» и сможет ли в итоге поесть - для нас остается загадкой (в отличие от эмоций, которые он испытает, разобравшись, что к чему).

При взаимодействии с незрячими клиентами очень важно, чтобы слова максимально соответствовали действительности (слово «ресторан» использовалось для обозначения ресторана, блины назывались «блинами», а «Секс на пляже» коктейлем).

4. Идентификация незрячего посетителя или «так вот какой ты, северный олень»

Две компоненты успеха в процессе обслуживания незрячих посетителей:

1. Внимание ко всем входящим - в идеале, в учреждении общественного питания должен быть сотрудник, в чьи обязанности входит контроль за входящими посетителями. Это может быть охранник, гардеробщик, администратор зала или просто сотрудник, убирающий ближайшие ко входу столики.

2. Наблюдательность и открытость - этому сотруднику важно понимать, что в ресторан могут зайти разные посетители (в том числе иностранцы, незрячие, знаменитости, наркоманы, друзья шефа и т.д.).

Иными словами, любого (в том числе незрячего) клиента можно узнать в лицо - для этого нужно просто смотреть на людей глазами и думать о людях головой.

Незрячего и слабовидящего посетителя можно быстро узнать по следующим внешним признакам:

- Белая трость и тёмные очки (реже - собака-проводник);
- Сопровождающий;
- Очки с толстыми стёклами;

- Внешние проявления (человек может шуриться, двигаться не очень уверенно (особенно если попадает из светлого уличного пространства в полутёмное помещение).

Заметив незрячего посетителя, сотрудник учреждения общественно го питания, ответственный за работу с клиентами, должен:

1. Подойти и привлечь внимание (проще всего - поздороваться). Если сотрудник не получает обратной реакции (незрячий человек не всегда может понять, что обращаются именно к нему- особенно в шум ном помещении), нужно дотронуться до руки (локтя, предплечья).

2. Уместно описать ситуацию. Фраза «Добро пожаловать в ... », где вместо многоточия - название учреждения (ресторан «Василёк», кафе «Семёныч»), позволит не только продемонстрировать радушие, но и со общит незрячему посетителю сразу два небезытересных факта:

- Куда именно он попал. (Нет, незрячие люди не тупые и чаще всего отлич но понимают, где находятся. Просто по статистике слепые и слабовидящие чаще, чем зрячие, ошибаются дверью и игнорируют вывески над входом);

- **Он** общается с сотрудником (трудно представить, чтобы рядовой посетитель кафе, столовой или ресторана брал на себя труд выступать от лица учреждения общественного питания). Это обстоятельство мо жет оказаться существенным для дальнейшего общения.

А можно ли описать ситуацию неуместно? - да, можно. В ответ на прямолинейную констатацию факта: «Вы в кафе» можно получить сим метричный ответ: «Вы тоже».

3. Предложить помощь. Эту задачу лучше решить максимально прямо линейно: «Чем я могу Вам помочь?». Экстравагантные предложения помо щи (типа «Вам куда?», «У нас очень дорого!» и т.п.), скорее сего, вызовут обоснованное раздражение или спровоцируют адекватную реакцию.

Если человек с инвалидностью по зрению принимает решение восп лизоваться услугами учреждения общественного питания, то он ста новится незрячим Клиентом. Его, как минимум, нужно проводить - до свободного столика, кассы (или очереди в неё) или места, где он мог бы дождаться сотрудника, который окажет дальнейшую ситуационную помощь.

5. Сопровождение незрячих клиентов или «Мы поедем, мы помчимся»

Успешное сопровождение тотально незрячего человека (особенно в людном и шумном помещении с большим количеством мебели) предпо лагает выполнение нескольких нехитрых правил:

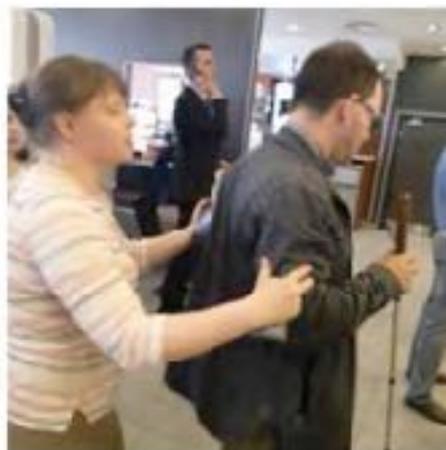
- **Непосредственный физический контакт с сопровождаемым лицом**

Дистанционное манипулирование незрячим («Я буду идти с Вами рядом», «Следуйте за мной») точно себя не оправдает. Оно чревато повышенным расходом нервных клеток («Ой, аккуратно!», «Нет, не туда!») и сопряжено с риском для других посетителей.

Существует всего два социально приемлемых способа переместить незрячего клиента из точки А в точку Б: предложить ему собственный локоть или, наоборот, взять под руку. Первый вариант предпочтительнее, т.к. сопровождающий оказывается на полшага впереди, что даёт от личное представление о направлении движения и изменениях рельефа местности (ступеньках).



Правильно



Недопустимо

Другие варианты физического контакта (приобнять за плечи или талию, взять за ладонку) нужно оговаривать в каждом конкретном случае. Сразу заметим: такой характер «сопровождения» может вывести отношения далеко за пределы «клиент-сотрудникобщепита».

- ***Отказ от использования указательных местоимений:***

При взаимодействии с тотально незрячим человеком очень важно обуздать свои социальные рефлексы и всем сердцем, мозгом и душой поверить в то, что слова типа «там», «сюда», «туда» «вою» вообще не-

чего не значат для Вашего собеседника. Даже если Вы скажете их очень громко и выразительно. Даже если покажете направление рукой.

Даже слово «прямо» может не сработать, т.к. без тактильных ориентиров это направление сильно зависит от поворота головы и корпуса.

Полезно говорить «лево» и «право», принимая во внимание тот факт, что, если Вы стоите лицом к собеседнику, его и Ваше «права» могут сильно отличаться.

Примечание: даже если у Вас (как и у большинства людей) всё не очень здорово с «лево» и «право», слова «туда» и «сюда» Вас всё равно не спасут.

- *Соблюдение правила: «Сопровождающий всегда идёт первым»*

Очень часто стремление визуально контролировать сопровождаемое лицо приводит к тому, что незрячему человеку приходится самостоятельно преодолевать наиболее сложные участки маршрута: входить в двери, на лестничную площадку, попадать в рамки металлодетектора. Здесь полезно держать в голове принципиально важную мысль: **зрячий сопровождающий нужен не для того, чтобы видеть слепого, а для того, чтобы смотреть на дорогу.**

Важно помнить: пропустив вперёд незрячего, Вы убедитесь не в том, что с ним всё хорошо, а в том, что он реально слепой.



- ***Отказ от переоценки ограниченных возможностей***

Незрячий Клиент- это человек, у которого не видят глаза. Это означает, что он может вполне успешно спускаться и подниматься по лестницам, стоять в очереди (если ему сообщают, когда и куда продвигать ся), самостоятельно (а не через сопровождающего) общаться с окружающими, принимать решения об употреблении алкоголя и (о, ужас!) курении кальяна. Короче, незрячий Клиент абсолютно адекватен - он просто не видит;

- ***Уместное использование тактильных ориентиров***

Принятие простой мысли: «Лучше один раз потрогать, чем десять минут послушать» может сильно облегчить массу задач. Так, если Вы пытаетесь предложить незрячему клиенту сесть за столик, достаточно просто положить его руку на спинку стула или край стола. Это сразу определит положение мебели в пространстве (это в любом случае гораздо эстетичнее, чем разворачивать и усаживать взрослого человека, при этом ещё и комментируя процесс вслух);

- ***Учёт права Клиента на самоопределение***

Если есть возможность, предложите незрячему клиенту выбрать столик. Это, во-первых, может быть просто приятно, а, во-вторых, про сто полезно (например, поможет сориентировать спутника, который по дойдёт позже).

- ***Использование содержательных и понятных комментариев***

Незрячему клиенту очень не просто догадаться о том, что надо отойти на полшага влево и слегка наклониться (чтобы не задеть лампу) из одного слова «Простите!». Проблема здесь та же: незрячий клиент не видит ни официантку с горой посуды, которая хочет пройти на кухню, ни того, что он перегородил ей дорогу, ни даже дурацкой лампы, которую рая рискует его головой, если он сделает влево не полшага, а шаг.

Другие распространённые слова и выражения, из которых незрячему Клиенту непонятно, что именно от него хотят, включают (но не ограничиваются) следующими конструкциями: «Тихо-тихо!», «Осторожно!», «Вы позволите?..», «Куда прёшь?!», «Поаккуратней нельзя?!», «Оп! Оп! Оп!» и т.д.

6. Общение с незрячим клиентом или «Давай с тобой поговорим»

Как отмечалось уже четыре раза, инвалидность по зрению - это, прежде всего, отсутствие большого объёма информации об окружающем мире. Люди с инвалидностью по зрению значительную часть информации получают на слух, т.е. в процессе общения с окружающими людьми.

Это означает, что сотрудникам кафе, столовой или ресторана с незрячим посетителем придётся общаться и, скорее всего, общаться больше, чем со зрячим клиентом. Соответственно, поскольку общение неизбежно, нужно расслабиться и получить от него удовольствие.

Эффективное взаимодействие с незрячим клиентом включает всего два аспекта:

1. Отношение - какие эмоции испытывает сотрудник общепита, встречаясь с незрячим посетителем? Насколько сильны эти эмоции?

2. Методика - как именно сотрудник оказывает ситуационную помощь. Знает ли администратор, как правильно сопроводить незрячего? Знает ли официант, как эффективно описать незрячему расположение приборов на столе и еды на тарелке?

Причём, из 100% успешного взаимодействия персонала с незрячим клиентом на первый аспект приходится порядка 90%.

В процессе обслуживания незрячего клиента представляется очень целесообразным:

• Представиться и «оформить отношения»

В качестве примера можно использовать следующие фразы:

- Здравствуйте! Меня зовут Лариса, и я сегодня буду Вашим официантом. Сколько меню Вам предложить?

- Добрый вечер! Я - Адель и я помогу Вам отнести заказ и найти свободный столик. Возьмите меня под руку.

- Привет! Это Сергей. Сейчас я помогу Вам занять столик, а мои коллеги принесут Вам заказ. Прошу (касается локтём руки незрячего клиента).

Представиться нужно в том случае, если предполагается сколько-нибудь продолжительное или неоднократное общение, т.к. использование имени сильно упростит дальнейшее взаимодействие.

- *Называть себя и описывать происходящее*

Каждый раз, когда официант подходит к столику с незрячим клиентом, нужно обозначать себя и комментировать собственные действия:

- Это Лариса. **Я** принесла салфетки и приборы. Через минутку будут напитки.

- Это снова Лариса. **Я** заберу у Вас пустые тарелки.

Это нужно не потому, что у незрячих посетителей, как у рыб, память 3 секунды, а потому, что они не видят человека, который к ним под ходит. Иными словами, известно, что официантку зовут Лариса, но не известно, что к столику подошла именно она.

Избыток информации («Это Лариса. Помните? Мы с Вами знакомились недавно. Я Ваш официант») совершенно неуместен: повторять одно и то же нужно тем, у кого проблемы с памятью. Незрячим достаточно просто себя обозначить.

Если очевидно, что незрячий клиент узнаёт официанта по голосу («Да, Лариса, я Вас уже узнаю»), от постоянного представления можно отказаться.

- *Называть то, что принесли, и показывать, куда поставили*

Если официант молча принесёт и поставит на столик незрячего клиента напиток, скорее всего, очень скоро придётся менять залитую ска терть и пострадавшие блюда.

Называть еду можно словами:

- Я поставлю сырную тарелку ближе к середине стола...

А показывать лучше тактильно - направив руку посетителя к блюду или бокалу:

- Вот, смотрите ...

Бокалы в этот момент лучше придерживать.



- **Не забывать о незрячем клиенте**

Любому посетителю может потребоваться внимание официанта. У незрячих клиентов потребность во внимании больше (упала вилка, нужно посетить туалетную комнату), а способов привлечь это внимание (помахать рукой, встать и подойти) существенно меньше: «Кому махать?», «Куда идти?». Именно поэтому важно периодически (нередже одного раза в десять-пятнадцать минут) подходить к столику просто так:

- Это Лариса. Вам всё нравится?

Если незрячий клиент встал и собирается куда-то идти, целесообразно максимально быстро к нему подойти и предложить помощь.

- **Помочь посетителю уборную**

Проявлять инициативу в этом вопросе следует очень тактично или вообще не стоит (в конце концов, Вы имеете дело с взрослым самостоятельным человеком, который способен распоряжаться деньгами)- до статочно помочь в случае необходимости.

«Помочь» означает проводить туда и обратно (подробнее см. раздел про сопровождение незрячего посетителя). В случае необходимости можно привлечь другого сотрудника (например, в час пик официант может проводить до двери уборной и попросить другого сотрудника (бармена, охранника, другого официанта) проводить клиента обратно за столик).

В самом процессе посещения уборной взрослым людям, как правило, помощь не требуется (а если вдруг требуется, они смогут внятно обозначить её характер и границы).

- **Шумное помещение:**

Если в помещении очень шумно (играет громкая музыка), то незрячий посетитель сразу превращается в слепоглухого. Это, вообще говоря, гораздо более тяжёлая категория инвалидности. В этом случае общение предполагает больший тактильный контакт (подходя, касайтесь руки собеседника или даже сохраняйте тактильный контакт в процессе всего разговора).

О возможном повышенном уровне шума незрячего посетителя полезно предупредить заранее («У нас в 20:00 начнётся музыкальный сет. Будет достаточно громко»).

Если это возможно, следует предлагать незрячим посетителям наиболее тихие места и принимать во внимание просьбу сделать музыку потише.

7. Выбор блюд и напитков или «Чего изволите»

Банальная эрудиция подсказывает: любой посетитель учреждения общественного питания выбирает блюда и напитки одним из следующих трёх способов (или их сочетанием):

1. Знакомство с меню, т.е. структурированным списком предлагаемых блюд, где указаны названия, состав и стоимость;

2. Дистанционная оценка блюд, т.е. рассматривание картинок в меню или самой еды, представленной на раздаче или соседних столиках. Ещё, разумеется, есть запахи, но конкретизировать блюдо по запаху среднестатистический клиент (даже и незрячий) совершенно не в состоянии;

3. Общение с персоналом (как правило, официантом, но возможны и варианты: раздатчица, кассир, охранник и т.д.).

Сразу исключим дистанционные каналы (осмотр и обнюхивание) оценки еды и напитков и сосредоточимся на оставшихся двух: знакомство с меню и допрос сотрудника.

Знакомство с меню

Как правило, меню кафе, столовой или ресторана - это плоскочастичное издание. Его может прочесть слабовидящий посетитель - причём, только при определённых условиях (текст достаточно крупный и контрастный, в помещении достаточно светло).

Чтобы обеспечить незрячему посетителю равный доступ к информации, можно предложить меню, распечатанное рельефно-точечным шрифтом Брайля, или его электронную версию (размещённую на сайте или в мобильном приложении учреждения общественного питания). Также всегда остаётся вариант прочтения меню вслух сотрудником кафе, столовой или ресторана.



• **Меню по-брайлю**

Меню, распечатанное рельефно-точечным шрифтом Брайля,- это самостоятельное издание, которым кафе, столовая или ресторан должны специально озаботиться. Оно будет содержать только текстовую часть меню (без картинок).



Напечатать брайлевское меню не очень дорого, но важно иметь в виду:

- Далеко не все незрячие клиенты читают по-брайлю,
- Процесс чтения, как правило, занимает довольно значительное время,
- Брайлевский вариант меню тоже придётся регулярно обновлять.



Представленная в Брайлевском меню информация может отличаться от стандартной (плоскопечатной) версии. Например, могут быть сокращены или вообще отсутствовать подробные описания блюд, отзывы клиентов и другая второстепенная информация. Создание меню по-брайлю предполагает определение необходимой текстовой информации, предварительную подготовку (разметку) текста, разработку дизайна (меню уважающего себя заведения должно быть привлекательным, не так ли?), распечатку на специальном принтере и брошюровку. Все эти процессы придётся доверить специалистам (в идеале - незрячим,

которые относятся к рельефно-точечному тексту гораздо основательнее... и, как минимум, могут сами его прочесть).

Брайлевское меню - это очень конкретное дело, направленное на:

1. Поощрение самостоятельности - меню по-брайлю не только даёт незрячему клиенту возможность самостоятельно сделать заказ, но и служит морально-психологическим стимулом: «Персонал готов помочь при необходимости», «Здесь ценят и уважают людей с инвалидностью», «Сюда можно и нормально прийти одному»;

2. Привлечение дополнительных Клиентов - во-первых, с ростом уровня благосостояния люди с инвалидностью становятся полноценным клиентским сегментом. Деньги незрячего клиента ничуть не хуже денег любого другого посетителя. Во-вторых, у незрячих людей есть друзья и родственники, которые ценят заботу и независимость своих близких. Это отношение конвертируется в лояльность Клиентов (чаще ходят, больше тратят, зовут друзей);

3. Продвижение корпоративных ценностей - меню по-брайлю служит отличным напоминанием всем сотрудникам: «Клиенты бывают разные», «Мы рады всем гостям», «Мы открыты», «Мы ничего не стесняемся и не боимся». Сильная позиция может существенно повысить привлекательность работодателя на рынке труда и, как следствие, качество и стоимость оказываемых услуг;

4. Привлечение общественного внимания - меню по-брайлю вряд ли спасёт при плохой еде и низком уровне сервиса, но может стать дополнительным преимуществом для части неравнодушной общественности.

Вставка: Если в кафе, столовой или ресторане нет Брайлевского меню, значит его руководство не видит незрячих клиентов. Так очень часто бывает: смотришь, а не видишь ...



Постоянное место хранения меню по-брайлю

Брайль - это не язык слепых, а рельефно-точечный шрифт. Точками обозначаются буквы алфавита - русского, английского, французского. А язык слепые предпочитают говяжий (лучше - с соусом или хреном).

- ***Меню в доступной электронно-цифровой форме***

Максимально подробная информация о доступных блюдах и напитках может быть представлена на официальном сайте кафе, столовой или ресторана или в собственном мобильном приложении. И первое, и второе может быть доступно для незрячего посетителя ... а может быть и недоступно.

Современный уровень информационных технологий позволяет людям с полной потерей зрения (и тем более - слабовидящим) знакомиться с Интернет-сайтами и пользоваться мобильными приложениями. При этом ключевую роль играет доступность представленной информации: она должна быть воспринимаема (например, графическая информация дублируется текстовой), управляемой (например, при помощи клавиатуры, а не только «Мыши»), понятной (сравнительно несложной для восприятия) и надёжной (максимально совместимой).

Существует Национальный Стандарт Российской Федерации о доступности цифрового контента, который содержит принципы, положения и критерии доступности информации (Accessibility). Кроме этого, компании, являющиеся лидерами в сфере информационных технологий (Apple, Microsoft, Google), поддерживают собственные открытые базы знаний в сфере доступности цифрового контента.

Руководителю учреждения сферы общественного питания, как и любому сотруднику, полезно знать, что:

- Любой сайт может быть доступным - как любое блюдо вкусным:

Все решения в сфере обеспечения доступности уже придуманы: фотографии блюд можно подписать, прямой трансляцией из кухни можно управлять, маршрут от метро дополнить текстовыми пояснениями. Чтобы приготовить отличный салат, не нужно выращивать новый сорт томатов;

- Хороший сайт - доступный сайт:

Как хорошая еда не может плохо пахнуть, так и качественный информационный ресурс не может быть недоступным. Классный Шеф и профессиональный разработчик просто делают свою работу грамотно и обстоятельно: вкусно и доступно - как-то само получается;

- *Доступно и вкусно должно быть Клиенту*

В процессе повышения доступности информационных ресурсов принципиально важно ориентироваться на потребителя. Попробовать плов может каждый, а вот оценивать доступность цифрового контента - надо незрячим;

- *«Доступно» и «дорого» не одно и то же*

На этапе разработки достаточно просто держать в голове мысль о незрячем посетителе. Это позволит избежать львиной доли всех возможных проблем. Если информационный ресурс уже давно готовлен, то исправлять проблемы доступности придётся по запросу пользователя. Может оказаться, что при сравнительно небольших затратах времени и сил (изменение вёрстки, добавление подписей) подавляющее большинство проблем доступности удастся преодолеть. Это поэтапная задача, которую можно запланировать, например, на следующее мажорное обновление;

- **«Версия для слабовидящих» - это «пандус» в никуда**

Подчёркнём, не углубляясь в технологические подробности: создание отдельной версии Интернет-сайта настолько же неуместно, насколько строительство отдельного входа в зал, рассчитанный исключительно на темнокожих вегетарианцев.

Доступность информационных ресурсов - ценность, определяющая качество жизни Клиентов кафе, столовой или ресторана. Она, как хороший сервис, требует внимания руководства и приверженности сотрудников.

Иногда приходится слышать удивлённое: «Зачем слепым доступный сайт для заказа пиццы? Можно же позвонить ...» Тогда приходится отвечать (столь же удивлённо): «А зачем зрячим сайт? Они разве не могут позвонить по телефону?»

8. Общение с официантом

Меню, изданное рельефно-точечным шрифтом Брайля или представленное в доступной форме на Интернет-сайте или в мобильном приложе-

нии, - на текущий момент явления не достаточно распространённые. К тому же, роскошь живого общения (выражающаяся в персонализированных ответах на конкретные вопросы) также очень подкупает. В результате, общение с представителем сферы общественного питания - ключевой инструмент выбора блюд и напитков незрячим клиентом.

Из полезных практических рекомендаций можно предложить:

- *За спрос дают ... чай*

Даже если незрячий клиент пришёл со зрячим спутником или спутницей, полезно поинтересоваться: «Не нужно ли помочь с выбором блюд и напитков?». Скорее всего, удастся ограничиться советом, ну а в самом сложном случае официанту придётся почитать Клиенту выдержки из меню. Диктор - не самое характерное, но возможное амплуа официанта. Впрочем, внимательное отношение (выразившееся в учёте особенностей Клиента и предложении помочь их преодолеть) произведёт благоприятное впечатление даже в случае отказа;

- *«Гадать о цене - не по мне»*

Вопрос стоимости достаточно щекотлив: самостоятельное изучение меню даёт возможность Клиенту сориентироваться и прикинуть широту ожидаемой бюджетной брешы, а вот задавать прямые вопросы о стоимости считается не очень уместным. Меркантильный интерес представляется ещё более сложным психологическим барьером для людей с инвалидностью: «Если я спрошу, сколько это стоит, все будут думать, что я беден - инвалид же».

В этой связи официанту в разговоре полезно переспросить: «Хотите ли Вы, чтобы я уточнял стоимость?» Другие инициативные комментарии («Это дорого», «Это дешево») могут оказаться неуместными;

- *«Торопится ненадо»*

На обслуживание незрячего клиента, скорее всего, потребуется больше времени. Это совершенно обосновано, поскольку незрячий посетитель не может получить представление об ассортименте и стоимости блюд. Не может, даже если за ним стоит недовольная очередь, а сотрудник за стойкой или кассой очень устал;

- *Незрячий Клиент, как беременность - сам не рассасывается*

Тотально незрячий Клиент ни в какой ситуации не сможет взять поднос со своим заказом и самостоятельно найти свободный столик. Игнорирование нестандартных потребностей посетителя порождает неоправданные риски: лучше потратить немного времени на поиск столика, чем много на уборку и коллективную психотерапию возмущённых посетителей.

- *Помогать нужно удобно*

Помощь будет эффективной только в том случае, если сотруднику учреждения общественного питания удобно её оказывать. Незрячего Клиента можно попросить подождать, пойти с другой стороны, предложить проводить к кассе (если мобильный терминал для оплаты вышел из строя), доверить другому сотруднику и т.д. Не стоит сломя голову нестись на помощь незрячему посетителю, забросив все свои дела: в 99 случаях из 100 нет никакой угрозы жизни и здоровью.



9. Помощь за столом или «Вы что, и есть за меня будете?!»

В зале учреждения общественного питания незрячему Клиенту может пригодиться следующая ситуационная помощь по стороны обслуживающего персонала:

- ***Описание окружения***

Если рядом со столиком есть значимые объекты (вешалка для верхней одежды или свободный стул, на который можно её положить, торшер, подоконник с ветвистым кактусом в горшке), на это полезно обратить внимание. Незрячий Клиент, освоившийся в пространстве, получает шанс стать если не рыбой в воде, то хотя бы не слоном в посудной лавке.

Если велика вероятность того, что незрячему Клиенту нужно будет уходить самостоятельно, полезно обрисовать маршрут до выхода.

- ***Описание предметов на столе***

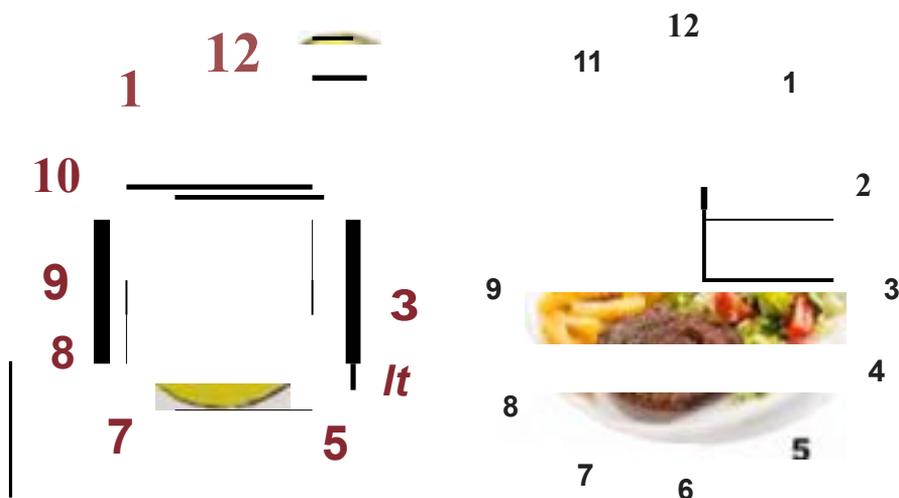
Проводив незрячего Клиента до столика, сотруднику кафе, столовой или ресторана полезно рассказать, что именно на нём находится (салфетки, специи, китайская ваза с икебаной). Лучше сразу показать, что именно и где располагается (да, Вы можете касаться рук незрячего го стя! Он(а), скорее всего, не обидится);

- ***Тактические комментарии по способу употребления***

Одним из немаловажных факторов выбора конкретного блюда незрячим клиентом может стать эргономичность процесса его употребления. Так, столовые приборы, поданные вместе с пиццей, могут сильно сбить с толку: «Здесь принято даже пиццу есть ножом и вилкой??». Тактические комментарии официанта (не «Это ложка - ей едят суп», а: «Вот приборы, но, по-моему, это пирожное удобнее взять рукой») могут оказаться кстати;

- ***Описание еды на тарелке***

В некоторых американских и европейских ресторанах официанты рассказывают незрячим посетителям, в какой части тарелки находится конкретная еда. При этом используется модель циферблата часов: «На 6 часов стейк, на 3 часа - овощи, с восьми до двенадцати - фри»). Уместен ли столь подробный анализ в консервативной России - вопрос индивидуальный;



• *Предложения «довести (блюдо) до кондиции»*

Если заказанное блюдо предполагает нарезку (например, стейк) или розлив (например, вино), официант может ненавязчиво предложить помощь. Есть и другие технически сложные операции (смешать соусы, намазать на хлеб, полить соусом, обмакнуть в горячую субстанцию), где помощь окажется уместной. Очень важно описывать, что именно оказывается на столе: «3 булочки, масло и паштет», чтобы незрячий Клиент мог понять, понадобится ли ему помощь. Иногда помощь можно предложить, но здесь важно: либо тактично, либо никак;

• *Комментарии при изменении ландшафта*

Важно не только обозначаться, подходя к столику незрячего Клиента, но и комментировать действия, связанные с посудой, едой и напитками на столике. Делать это можно и нужно буквально:

- Это Лариса, я хотела бы забрать тарелки ...
- Это Сергей. **Я** ставлю графин с морсом в центр стола.
- Это Адель. **Я** принесла салфетки. Ставлю подставку вот сюда... (показывает рукой незрячего Клиента).

• *Дополнительные пояснения при необходимости*

Если употребление блюда предполагает дополнительные действия, которые могут не быть общеизвестными, их необходимо пояснить. Так, если положить на стол латексные перчатки без каких-либо комментариев, незрячему Клиенту будет проще предположить, что их случайно 49

оставила уборщица, а не то, что в них предполагается есть заказанный им бургер (если, конечно, он их в принципе обнаружит). И дело здесь не в скудных умственных способностях человека с инвалидностью, а в банальном отсутствии информации: он не видит, что за столиками вокруг все сидят в таких же перчатках.



10. Оплата счёта или «Плачу и плачу!»

Оплата счёта - это несложный технический процесс, который может спонтанно перейти в психологическую плоскость. Для того, чтобы оплата прошла без задержек, сотрудникам кафе, столовой или ресторана полезно иметь в виду:

- ***Российские банкноты невозможно идентифицировать на ощупь***

Чисто теоретически они снабжены специальными тактильными маркерами (точками и палочками), но практическое их применение абсолютно невозможно. Это означает, что незрячий Клиент может, во-первых, ошибаться, протягивая купюру кассиру или оставляя деньги на столике, а, во-вторых, уточнять её достоинство у любого зрячего человека, находящегося рядом. Принимая деньги от незрячего Клиента, важно называть достоинство купюры вслух (это важно и для зрячих Клиентов, но для слепых - сильно важнее);

- ***Деньги-это не секрет***

Незрячий Клиент может прекрасно справляться с наличной оплатой товаров и услуг, безошибочно передавая кассиру или официанту именно те купюры, которые в данном случае необходимы. Чаще всего это не цирковой фокус, а предварительная работа и хорошая память. До-

стоинство денежной купюры можно определить заранее (при помощи специального приложения, установленного на смартфон, или любого зрячего) и разложить по правильным отделениям кошелька. В этом слу чае оплата становится делом техники;

- **Безналичная оплата проще и удобнее**

Для незрячего Клиента безналичная форма расчётов гораздо удобнее... чем даже для зрячего. Для оплаты активно используются и со временными носимые устройства (смартфоны, часы), и старомодные пластиковые карты. Ввод пин-кода также никаких трудностей не представляет (за исключением терминалов с сенсорными, а не физическими кнопками). Такой вот, на первый взгляд, парадокс: человек не видит, куда прикладывать карту, но может вполне самостоятельно распоря жаться собственными деньгами.



«Сообщить пин-код нельзя пройти на кассу»:

Вопрос итогового теста по дисциплине: «Обслуживание клиентов с инвалидностью в учреждениях сферы общественного питания»:

Дано: незрячий Клиент предпочёл бы расплатиться пластиковой картой, но мобильного терминала нет - до места оплаты придёт ся спуститься на первый этаж.

Выберите оптимальный вариант поведения официанта:

А) Предложить Клиенту сообщить пин-код, чтобы расплатиться за него; Б) Предложить Клиенту пройти на кассу, чтобы он мог расплатиться; В) Объяснить ситуацию и спросить, какой вариант он бы предпочёл.

«День прошёл, как не было - не договорились» Предположим, незрячий Клиент и его зрячий сопровождающий не могут определиться, кто будет оплачивать счёт: каждый настаивает на собственной кандидатуре. Погружение во все тяжкие борьбы за независимость человека с инвалидностью выходит далеко за рамки должностных обязанностей официанта, но в этой ситуации будет очень уместно предложить посчитать гостей отдельно.

Ориентироваться на мнение зрячего только потому, что он зрячий и с ним проще взаимодействовать - очень плохая идея.

Приложение

Физическая доступность объектов торговли с учетом обслуживания в них незрячих покупателей

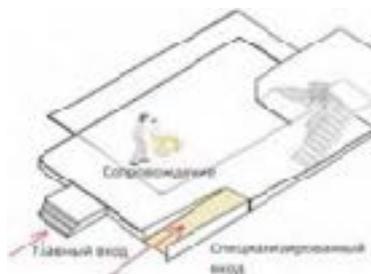
Физическая доступность для инвалидов входных групп и помещений торговых организаций регулируется сводом правил СП 59.13330 «Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. Актуализированная редакция СНиП 35-01-2001», применение которого носит обязательный характер, и сводом правил СП 136.13330.2012 «Общественные здания и сооружения, доступные маломобильным группам населения. Правила проектирования», который носит добровольный характер и устанавливает повышенные требования.

В зависимости от объемно-планировочных решений предприятия функциональной организации предприятия следует применять один из двух вариантов форм обслуживания:

вариант «А» (универсальный проект) - доступность для инвалидов любого места обслуживания на предприятии, а именно - общих путей движения и мест обслуживания. Доступными должно быть не менее 5% общего числа таких мест, предназначенных для обслуживания (стойки, прилавков с однотипными товарами, кассовых постов);

вариант «Б» (разумное приспособление) - при невозможности обеспечения доступности для инвалидов всех мест обслуживания на предприятии выделение вблизи входа специальных помещений, зон или блоков, приспособленных для обслуживания инвалидов, с обеспечением всех видов услуг, имеющихся в данном здании.

Лифт



Практика приспособления действующих объектов показала, что на многих из них невозможно создать доступную среду в полном объеме, соответствующую строительным правилам СП 59.13330.2012, применяемым при новом строительстве. Часто невозможно расширить пути движения в здании, расширить тамбур в капитальных стенах, увеличить входную площадку и установить пандус, не выходя из красных линий, обеспечить нормативное количество и габариты туалетных кабин для инвалидов и т.п. «Разумное приспособление» предполагает применение различных модификаций нормативных требований применительно к обстоятельствам. Это, так называемые, минимальные требования доступности.

Разумность приспособления выражается также в обеспечении соразмерности требований с финансово-экономическими возможностями государства и предпринимателей. С этой целью предусматривается ряд норм, ограничивающих предъявление заведомо невыполнимых требований:

- устанавливается, что порядки обслуживания инвалидов принимаются исходя из реальных финансовых возможностей предприятия;

- разрешается удовлетворять потребности инвалидов не в полном объеме, когда это объективно невозможно, а в объеме удовлетворения минимальных потребностей. При «разумном приспособлении» возможно отклонение архитектурно-планировочных показателей здания от нормативных при условии оказания инвалиду помощи в преодолении барьеров, например, помощь при перемещении по объекту, при получении услуги. Характер оказываемой инвалиду помощи зависит от нарушений функций его организма и от архитектурно-планировочных особенностей объекта или характера услуги. Например, тотально слепой человек не сможет в магазине самообслуживания получить услугу без помощи сотрудника магазина, а инвалид на кресле-коляске достать товар с верхней полки. Применительно к организациям общественного питания это означает, что, например, на предприятиях самообслуживания, при необходимости, инвалиду следует оказывать помощь при выборе блюд и доставке их к месту приема пищи.

Доступность услуги может быть обеспечена «доставкой» услуги к месту пребывания инвалида, в том числе с оказанием ее на дому или предоставлением дистанционно.

Применяемое торговое оборудование должно обеспечивать доступность всем контингентам покупателей. Комплектация и расстановка оборудования в торговых залах, доступных инвалидам, должны быть рассчитаны на обслуживание лиц, передвигающихся на креслах-коля-

сках самостоятельно и с сопровождающими, инвалидов на костылях, а также инвалидов по зрению.



На предприятиях питания рекомендуется отводить до 5% мест, но не менее одного, для лиц, передвигающихся на креслах-колясках и с нарушением зрения, с площадью не менее 3 на каждое место.

Также установлен ряд требований к порядку предоставления информации посетителям из числа инвалидов:

- информация о предприятии (тип, класс, форма обслуживания, доступность для маломобильных посетителей), а также меню должны быть легко определяемы и доступны для инвалидов на креслах-колясках и лиц с нарушением зрения;



- меню должно иметь контрастные надписи простым шрифтом и шрифтом Брайля;



- в качестве альтернативы может использоваться меню предприятия в версии для слабовидящих, доступной в сети Интернет;

- специализированные средства информации для МГН должны решаться в подчинении с основной дизайнерской концепцией интерьера.

Для акцентирования внимания покупателей с нарушением зрения на необходимой информации следует активно использовать тактильные таблички (рекомендуемая высота размещения горизонтально или под наклоном на витринах и полках на высоте от 0,7 до 1,4 м от уровня пола), световые указатели, табло и пиктограммы.

В соответствии с требованиями СП 136.13330 рекомендуется контрастное цветовое решение элементов интерьера объекта торговли и услуг. Пиктограммам и указателям для выделения отдельных товарных групп в торговом зале рекомендуется присваивать различные лидирующие цвета. Учитывая потребности инвалидов-дальтоников, не следует одновременно использовать красный и зеленый, а также синий и фиолетовый цвета.



Следует предотвратить возможность столкновения со стеклянными поверхностями и открытыми стеклянными дверями путем их контрастной маркировки.



Требования Федерального закона «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» в части сопровождения и оказания помощи инвалидам, имеющих стойкие расстройства функции зрения на объектах социальной инфраструктуры и недопущения дискриминации при оказании им услуг. Административная ответственность за уклонение от исполнения требований доступности объектов и услуг и дискриминацию инвалидов в случаях, ненадлежащего оказания услуг.

С 1 января 2016 г. вступила в силу новая редакция ст. 15 Федерального закона «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», согласно которой работники организаций, предоставляющих услуги населению, обязаны оказывать помощь инвалидам в преодолении барьеров, мешающих получению ими услуг наравне с другими лицами, включая сопровождение инвалида по объекту и при получении услуги.

Применительно к организациям торговли это означает, что, на пример, в магазинах самообслуживания необходимо помогать инвалидам-колясочникам доставать товар с полок, до которых инвалид не может дотянуться. Инвалидам по зрению следует зачитывать информацию о цене и характеристиках товаров.

Несоблюдение условий доступности для инвалидов объектов и предоставляемых на них услуг, отказ оказания помощи инвалидам при получении услуг по причинам, связанным с состоянием его здоровья, ограничением жизнедеятельности, возрастом, а также уклонение от разумного приспособления для инвалидов объекта является одной из форм дискриминации инвалидов.

Определение дискриминации по признаку инвалидности, которое содержится в ст. 2 Конвенции [4], прямо указывает на отказ в разумном приспособлении как на один из видов дискриминации инвалидов:

«Дискриминация по признаку инвалидности означает любое различие, исключение или ограничение по причине инвалидности, целью или результатом которого является умаление или отрицание признания, реализации или осуществления наравне с другими всех прав человека и основных свобод в политической, экономической, социальной, культурной, гражданской или любой иной области. Она включает все формы дискриминации, в том числе отказ в «разумном приспособлении» (Статья 2 Определения).

Основания для привлечения владельцев объектов к административной ответственности за уклонение от обеспечения доступности услуг на объекте или дискриминации инвалидов предусмотрены в КОАП РФ.

Нормативно-правовые требования

1. Федеральный закон «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями от 9 января 1996 г. № 2-ФЗ).
2. Федеральный закон №181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (в редакции федерального закона №419-ФЗ).
3. Кодекс Российской Федерации Об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 года N 195-ФЗ.
4. Конституция Российской Федерации.
5. Федеральный закон от 3 мая 2012 г. N 46-ФЗ «О ратификации Конвенции о правах инвалидов».
6. СП 59.13330.2016 «СНиП 35-01-2001 Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения» (утв. Приказом Минстроя России от 14.11.2016 N 798/пр).
7. СП 59.13330.2012. Свод правил. Доступность зданий и сооружений для маломобильных групп населения. Актуализированная редакция СНиП 35-01-2001 (утв. Приказом Минрегиона России от 27.12.2011 № 605) в части п. 41 Постановления Правительства Российской Федерации от 26.12.2014 № 1521 «Об утверждении перечня национальных стандартов и сводов правил (частей таких стандартов и сводов правил), в результате применения которых на обязательной основе обеспечивается соблюдение требований Федерального закона «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений»».
8. СП 118.13330.2012* «Общественные здания и сооружения (Утвержден Приказом Минрегиона России от 29 декабря 2011 г. N 635/10).
9. СП 136.13330.2012 «Здания и сооружения. Общие положения проектирования с учетом доступности для маломобильных групп населения»; (утв. Приказом Госстроя России от 27.12.2012 г. № 112/ГС). С изменениями от 09.06.2016 г.
10. СП 138.13330.2012 «Общественные здания и сооружения, доступные маломобильным группам населения. Правила проектирования» (утв. Приказом Госстроя России от 27.12.2012 г. № 124/ГС).
11. ГОСТ Р 51671-2015 «Средства связи и информации технические общего пользования, доступные для инвалидов. Классификация. Требования доступности и безопасности»; (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 28.10.2015 N 2169-ст).
12. ГОСТ Р 52875-2007 «Указатели тактильные наземные для инвалидов по зрению. Технические требования».
13. ГОСТ Р 12.4.026-2015 ГОСТ 12.4.026-2015. Межгосударственный стандарт. Система стандартов безопасности труда. «Цвета сигнальные, знаки безопасности и разметка сигнальная. Назначение и правила применения. Общие технические требования и характеристики. Методы испытаний» (введен в действие Приказом Росстандарта от 10.06.2016 N 614-ст).

ПОПКО Анатолий

**ОБСЛУЖИВАНИЕ НЕЗРЯЧИХ ЛЮДЕЙ
НА ОБЪЕКТАХ ТОРГОВЛИ,
В КАФЕ И РЕСТОРАНАХ**

пособие

Подгшано в печать 20.05.2019.

Формат 60x84/16

Бумага офсетная. Печать офсетная. Гарнитура «Тайме»

Тираж 200=

Издание и печать: тниография ООО «Си Ти Принт»

www.citi-print.ru