



高等职业学校“十四五”规划民航服务类系列教材

教材电子资源扫描
书中二维码获取



民航服务心理学

主 编◎定琦 刘芳



华中科技大学出版社
<http://www.hustp.com>

高等职业学校“十四五”规划民航服务类系列教材

民航服务心理学

定琦 刘芳 主编

华中科技大学出版社

华中科技大学出版社

中国·武汉

内 容 提 要

本书立足于对民航服务心理和民航旅客心理的研究和探索,内容涵盖民航服务心理学概述、感知觉与民航服务、民航旅客的需要、个性心理特征与民航服务、情绪感情与民航服务、民航服务中的态度、民航服务中的有效沟通、民航服务中的人际关系、民航服务中的团队建设,以及应急心理与民航服务等。本书适合高等职业院校民航专业学生使用,也可作为相关人员的学习参考书。

图书在版编目(CIP)数据

民航服务心理学/定琦,刘芳主编. —武汉:华中科技大学出版社,2021.10
ISBN 978-7-5680-7296-0

I. ①民… II. ①定… ②刘… III. ①民用航空-旅客运输-商业心理学-高等职业教育-教材
IV. ①F560.9

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2021)第 208510 号

民航服务心理学

Minhang Fuwu Xinlixue

定琦 刘芳 主编

策划编辑:胡弘扬

责任编辑:刘 烨 王梦嫣

封面设计:廖亚萍

责任校对:刘 竣

责任监印:周治超

出版发行:华中科技大学出版社(中国·武汉) 电话:(027)81321913

武汉市东湖新技术开发区华工科技园 邮编:430223

录 排:华中科技大学惠友文印中心

印 刷:武汉开心印印刷有限公司

开 本:787mm×1092mm 1/16

印 张:17 插页:2

字 数:419千字

版 次:2021年10月第1版第1次印刷

定 价:49.80元



本书若有印装质量问题,请向出版社营销中心调换
全国免费服务热线:400-6679-118 竭诚为您服务
版权所有 侵权必究

民航业是推动我国经济社会发展的重要战略产业之一。“十四五”时期,我国民航业将进入发展阶段转换期、发展质量提升期、发展格局拓展期。2021年1月在京召开的全国民航工作会议指出,“十四五”期末,我国民航运输规模将再上一个新台阶,通用航空市场需求将进一步激活。这预示着我国民航业将进入更好、更快的发展通道。而我国民航业的快速发展模式,也进一步对我国民航教育和人才培养提出了更高的要求。

2021年3月,民航局印发《关于“十四五”期间深化民航改革工作的意见》,明确了科教创新体系的改革任务,要做到既面向生产一线又面向世界一流。在人才培养过程中,教材建设是重要环节。因此,出版一套把握新时代发展趋势的高水平、高质量的规划教材,是我国民航教育和民航人才建设的重要目标。

基于此,华中科技大学出版社作为教育部直属的重点大学出版社,为深入贯彻习近平总书记对职业教育工作作出的重要指示,助力民航强国战略的实施与推进,特汇聚一大批全国高水平民航院校学科带头人、一线骨干“双师型”教师以及民航领域行业专家等,合力编著高等职业学校“十四五”规划民航服务类系列教材。

本套教材以引领和服务专业发展为宗旨,系统总结民航业实践经验和教学成果,在教材内容和形式上积极创新,具有以下特点:

一、强化课程思政,坚持立德树人

本套教材引入“课程思政”元素,树立素质教育理念,践行当代民航精神,将忠诚担当的政治品格、严谨科学的专业精神

等内容贯穿于整个教材,使学生在“获得感”中,获得个人前途与国家命运紧密相连的认知,旨在培养德才兼备的民航人才。

二、校企合作编写,理论贯穿实践

本套教材由国内众多民航院校的骨干教师、资深专家学者联合多年从事乘务工作的一线专家共同编写,将最新的企业实践经验和学校教科研理念融入教材,把必要的服务理论和专业能力放在同等重要的位置,以期培养具备行业知识、职业道德、服务理论和服务思想的高层次、高质量人才。

三、内容形式多元化,配套资源立体化

本套教材在内容上强调案例导向、图表教学,将知识系统化、直观化,注重可操作性。华中科技大学出版社同时为本套教材建设了内容全面的线上教材课程资源服务平台,为师生们提供全系列教学计划方案、教学课件、习题库、案例库、教学视频音频等配套教学资源,从而打造线上线下、课内课外的新形态立体化教材。

我国民航业发展前景广阔,民航教育任重道远,为民航事业的发展培养高质量的人才是社会各界的共识与责任。本套教材汇集来自全国的骨干教师和一线专家的智慧与心血,相信其能够为我国民航人才队伍建设、民航高等教育体系优化起到一定的推动作用。

本套教材的编写难免过程疏漏、不足之处,恳请各位专家、学者以及广大师生在使用过程中批评指正,以利于教材质量的进一步提高,也希望并诚挚邀请全国民航院校及行业的专家学者加入我们这套教材的编写队伍,共同推动我国民航高等教育事业不断向前发展。

华中科技大学出版社

2021年11月

PREFACE
前言

2018年,中国民用航空局发布《新时代民航强国建设行动纲要》。该纲要指出:2021年到2035年,我国将实现从单一的航空运输强国向多领域民航强国的跨越;到21世纪中叶,实现由多领域的民航强国向全方位的民航强国的跨越,全面建成保障有力、人民满意、竞争力强的民航强国。

我国的民航事业已经进入了高速发展阶段,我国也跻身世界航空运输大国之列,民航服务人才需求急剧增长。作为一个科技密集型的现代化运输行业,安全是其运行的第一要素,然而仅有安全还不能完全体现这一行业的先进性和优势,优质高效的服务是占据更广泛市场空间的必要条件。

民航提供给旅客的产品就是服务,它是影响旅客满意程度的重要因素。“以旅客需求为中心,让旅客满意”已成为民航服务宗旨。围绕这一服务宗旨,民航服务人员如何准确地把握旅客心理,提供有针对性、周到贴心的服务?如何提高自己的心理素质,培养良好的服务意识?这些问题的解决是提高民航服务质量的关键,因而迫切需要民航服务心理学提供科学有效的答案。

在此背景下,基于教学工作的需要,我们编写了本书。本书立足于对民航服务心理和民航旅客心理的研究和探讨,遵循科学性、实用性、针对性的原则,既拓宽了学生的知识视野,又增加了趣味性,旨在使学生了解和掌握民航服务心理和旅客心理,实现培养高素质、高技能人才的目标。

本书根据学生的认知结构、学习特点和民航企业对民航服

务人员的需求构建教材体系,遵循必需、够用的原则,以任务为目标,以行动为导向,从工作需要出发,来编写教材内容。本书内容涵盖民航服务工作需要掌握的心理学知识及工作技巧,主要包括民航服务心理学概述、感知觉与民航服务、民航旅客的需要、个性心理特征与民航服务、情绪情感与民航服务、民航服务中的态度、民航服务中的有效沟通、民航服务中的人际关系、民航服务中的团队建设,以及应急心理与民航服务等。通过大量的案例及训练,锻炼学生的民航服务心理学技能,具有较强的实践性。全书体系全面、层次清楚,由日常到专业,由简单到复杂,由一般到特殊,符合人才培养规律。

本书由定琦、刘芳担任主编,张莹、邵小明、曹冬薇担任副主编。具体写作分工:定琦编写项目五和项目八,刘芳编写项目一和项目十,张莹编写项目二和项目三,邵小明编写项目七和项目九,曹冬薇编写项目四和项目六。全书由定琦、张莹负责统稿。

本书在编写过程中得到了很多同仁的帮助,借鉴参考了一些书籍和报刊资料,所引资料我们尽可能注明,且一直在积极与相关著作权人联系,但仍有部分未联系上,请在见到本书后与我们联系,我们将按照相关的法律法规妥善处理。在此,向文献资料的原作者深表敬意,并对各位同仁给予我们的帮助致以诚挚的感谢!由于编者水平有限,书中的疏漏和不足在所难免,恳请业内专家和读者批评指正。

编者

2021年4月



项目一	民航服务心理学概述	1
	任务一 服务与民航服务	2
	任务二 心理学概述	9
	任务三 民航服务心理学概述	13
项目二	感知觉与民航服务	21
	任务一 感觉与知觉概述	23
	任务二 影响民航旅客感知觉的因素	36
	任务三 民航服务人员的社会知觉	42
项目三	民航旅客的需要	54
	任务一 需要与马斯洛需要层次理论	56
	任务二 民航旅客的服务需要	62
	任务三 特殊旅客的服务需要	68
项目四	个性心理特征与民航服务	80
	任务一 个性的概述	81
	任务二 气质与民航服务	85
	任务三 性格与民航服务	94
	任务四 能力与民航服务	107

项目五	情绪情感与民航服务	115
	任务一 认识情绪与情感	116
	任务二 民航旅客情绪情感管理	129
	任务三 民航服务人员的情绪管理	135
项目六	民航服务中的态度	150
	任务一 态度的概述	152
	任务二 民航旅客态度的改变	158
	任务三 民航服务人员的态度要求	163
项目七	民航服务中的有效沟通	166
	任务一 沟通的概述	168
	任务二 沟通的障碍	174
	任务三 民航服务中沟通的技巧和策略	177
项目八	民航服务中的人际关系	191
	任务一 人际关系概述	192
	任务二 民航服务中的客我交往	199
项目九	民航服务中的团队建设	214
	任务一 团队的概述	216
	任务二 团队建设	219
	任务三 团队组织管理	224



项目十	应急心理与民航服务	233
	任务一 群体与群体心理	234
	任务二 群体冲突及处理方法	243
	任务三 民航常见突发事件应对策略	247
参考文献	259

华中科技大学出版社

项目目标

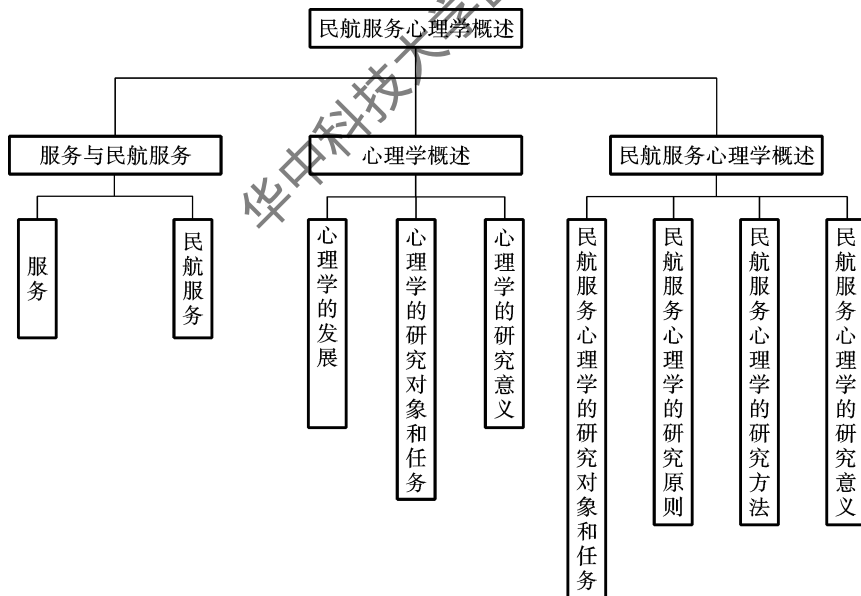
知识目标

了解服务与民航服务的含义、特征,以及民航服务人员的基本要求;
了解心理学发展及研究对象。

能力目标

领会学习民航服务心理学的意义;
掌握民航服务心理学的学习和研究方法。

知识框架



项目引入

国航分公司开展服务心理学培训

2007年5月18日,国航某分公司地面服务部开展了为期两天的服务心理学的培训。该部特别邀请了国家职业咨询师、中国航空干部管理学院资深教授来公司授课。公司客舱部、市场部、企划部的部分员工也参加了此次培训。

培训主要从心理学基本原理着手,根据马斯洛需要层次理论中人的五种需要(生理需要、安全需要、社会需要、尊重需要、自我实现需要),结合服务工作,分析民航与旅客间的关系、旅客心理,以及员工对个人、他人心理认识与处理等问题。培训结合现今民航现状,以案例举证,探讨服务部门如何与服务实际相结合,给旅客提供优质服务;面对航班延误、旅客情绪激动等情况,如何分析旅客心理,从而更好地做好后期旅客服务工作。服务过程中,员工怎样提高与旅客交流技巧;员工面对庞大的旅客群,如何做好自身心理防卫,保持健康的心理。不同气质、性格的人如何互补做好工作;不同性格的人如何相处,如何调整好自己的心态。同时,还为每一位参与培训者做了一次自身心理测试,从而让每个人了解自己的气质类型,以克服自己在服务中的心理弱点。

在该公司地面服务部举办这样正规的心理学培训还是第一次。在采访员工的过程中,员工们对这样的培训活动一致表示认可,此次培训加强了员工对心理知识的了解,使员工更深层次地了解、理解民航服务,并逐步学会如何去分析他人心理,以便在日后的服务工作中更好地揣摩旅客心理,做好服务工作。

(资料来源:向莉,周科慧.民航服务心理学[M].北京:国防工业出版社,2009.)

分析:

民航服务工作的本质是人与人之间的交往和沟通。这一过程从根本上来说是人与人心理的沟通与交流。因此,了解人的心理的本质,把握人的心理规律,对于提高民航服务质量,提升民航服务人员心理素质具有极其重要的意义。



任务一 服务与民航服务

要对民航服务心理学进行研究就必须首先了解服务的本质和特征。下面就将服务的定义、本质及特征做逐一表述和探讨。

一、服务

(一) 服务的定义

“服务”一词在英语中的基本含义是指为他人做有益的事情。国外相关文献的解释和



定义有很多,比较有代表性的解释为,借助一定资源,以无形的方式发生在顾客与员工之间,满足顾客需求和解决顾客问题的一种或一系列行为。在我国,受传统观念的影响,一般认为服务就是“为他人做事,并使他人从中受益”,而更多意义上被理解为是一种奉献,是一种无私的行为。而随着社会的进步和发展,人们对服务的理解不断深入,认为服务是一种创造价值的行为,并且可以通过交易使他人得到满足,普遍将服务与产品等同起来,提出了服务商品的全新概念。

对于服务行业从业人员而言,服务是指为顾客做事,使顾客从中受益,即服务是为他人利益或为某种事业而工作,以满足他人需求的价值双赢的活动。服务是一种人与人之间的沟通与互动。顾客是服务产品的接受者,服务人员是服务产品的生产者,服务依赖于两者而存在,是结果和过程的统一。

服务不能以固定的实体来表现,却能被顾客感受到,服务人员的举止、眼神、表情,都能给顾客以直观的印象,给旅客造成或好或坏的心理感受,从而决定服务产品的质量。基于此,我们认为“服务”是区别于其他商品的特殊商品,它具有双重内涵,即功能服务内涵和心理服务内涵,我们既要通过标准化、规范化、程序化的操作来满足顾客的基本需求,也要用自己谦恭的态度、敏锐的洞察力和有效的“有声语言”“无声语言”在顾客心目中树立一个富有人情味、和蔼可亲的形象,使顾客满意度最大化。

服务的英文为 service(本意亦是服务)。我们可以从这个单词中的每个字母所引申的含义来理解服务的基本含义:

(1) s——smile(微笑),其含义是服务人员应该对每一位顾客提供微笑服务,微笑服务是基本的服务要求。

(2) e——excellent(出色),其含义是服务人员应将每一个服务程序、每一个微小的服务工作都做得很出色。

(3) r——ready(准备好),其含义是服务人员应该随时准备好为顾客服务。

(4) v——viewing(看待),其含义是服务人员应该将每一位顾客看作需要提供优质服务的贵宾。

(5) i——inviting(邀请),其含义是服务人员在每一次服务结束时,都应该显示出诚意和敬意,主动邀请顾客再次光临。

(6) c——creating(创造),其含义是每一位服务人员应该想方设法精心创造出使顾客能享受其热情的服务氛围。

(7) e——eye(眼光),其含义是每一位服务人员始终应该以热情友好的眼光关注顾客,适应顾客心理,预测顾客要求,及时提供有效的服务,使顾客时刻感受到服务人员在关心自己。

(二) 服务的分类



从服务行业的分类看,我们可以将服务分成以下四类。

1 流通服务

流通服务包括零售、批发、仓储、运输、交通、邮政、电信等。

2 生产生活服务

生产生活服务包括银行、保险证券、房地产咨询、广告、旅游、餐饮、娱乐、美容等。

3 精神和素质服务

精神和素质服务旨在满足人们精神需要和提高素质的服务,包括教育、文艺、科学、宗教、新闻、图书、体育、医疗卫生、环保等。

4 公共服务

公共服务是指政府机构(包括公共权威部门、公共事业部门,以及其他形态的公共组织和承担公共义务的私人组织和个人)提供的服务。公共服务是公共服务主体为履行其职责和职能,不以营利为目的,为满足社会公共需求,生产、提供和实现公共利益的使用价值和价值的公共活动和过程。

服务的性质如图 1-1 所示。在服务的领域中,我们又可以将服务简单地划分为两类:一类是伴随着某个有形产品的服务,如家电维修服务、产品技术支持;另一类是服务行业的服务本身,如民航服务、旅游服务、租赁服务、专业咨询服务、金融服务、电信服务、餐饮服务、公共服务等。

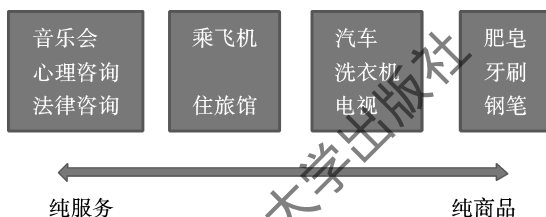


图 1-1 服务的性质

如果把服务产品广义地看作一种无形产品的话,则服务行业还可细分为“产品+服务”(“服务产品”及“服务产品的服务”可以明确分离开来)和“产品=服务”(不易明确分离)两小类。前者如电信、金融、餐饮等(均有其服务产品及相应的客户服务);后者如民航、旅游等(整个服务过程构成其无形产品)。

(三) 服务的特征



服务作为商品的一种特定存在形态,与其他商品相比,具有其特殊性,其特征表现如下。

1 差异性

由于顾客性格、需求、情绪、价值观不同,服务必须围绕顾客的不同需求展开,因此,服务内容和形式都应有所差异,应体现尊重顾客的特性。顾客在服务这一商品的交换过程中扮演参与者,公司提供的服务因顾客的不同而表现得有所差异。提供服务的公司和员工不同,也会体现出服务理念、内容和方式的差异。同一规格、同一层面的服务对于某一位顾客来讲是优质、令人满意的,而对于另一位顾客来讲却有可能是不满意甚至是不合格的。同时,对于服务的提供者来讲,不同的员工或公司提供的服务也有所不同。可以说,供求双方都会体现服务的差异性特征。服务的差异性特征说明因人而异提供个性化服务是非常重要的。

2 同时性

服务的提供和接受是同时发生、同时发展、同时结束的。这就意味着服务的供求双方在同一时间提供和享受服务,无论是文体服务、娱乐服务,还是其他形式的服务,服务的提供者和接受者往往在同一时间段内完成服务这一特殊商品的交换。

3 无形性

服务无法提前预知、提前展示。虽然可以对服务内容进行宣传和规定,但是在提供服务之前,服务对象往往是无法预料到其整体结果的。如在乘坐飞机之前,乘务员无法预知旅客是怎样的性格,需要为每位旅客提供怎样的服务;在一次音乐会之前,观众无法预知一位歌手唱得怎样,现场效果如何;即便是餐饮行业中菜肴、酒水等有形商品,虽然顾客可能已经知晓某家餐厅菜肴味道和服务态度的大致状况,但对真正为其提供服务的厨师和服务员的服务水平,仍是无法预知的。

4 灵活性

需求的不断变化要求服务人员必须针对顾客需要,提供准确、及时、周到的服务,因此,服务人员应当广泛涉猎、充分了解服务对象的心理状态,根据其情绪、性格、习惯、风俗等不同特征,采取不同的服务方式。服务人员在服务过程中难免会遇到各种各样的突发状况,在发生突发状况的时候,必须采取灵活的措施才能使服务更加完备。

5 不可逆性

服务过程具有不可逆性,一次周到的服务有可能会使顾客非常满意,愿意介绍更多的顾客,而一次失败的服务则可能会导致顾客的损失,并损害公司的形象。因此,服务行业的从业人员应当做好充足的准备,尽力让服务过程完美无憾。

二、民航服务

(一) 民航服务的含义



由于行业自身的特点与要求,民航服务与其他行业的服务,如餐饮服务、旅馆服务、旅游服务等相比,在服务的内涵、本质及要求等方面存在着一定的区别。

民航服务就是一种以旅客的需求为中心,为满足旅客的需要而提供的活动。这个概念体现了如下思想,即旅客是民航服务的核心和主体,而民航服务人员、服务部门是民航服务的客体。

这是从狭义的角度给民航服务所下的定义,但实际上民航服务的含义并非仅此而已,有更丰富的内涵。

根据民航服务的实践,我们还应该从以下三种不同的角度来认识、理解民航服务。

第一,从广义的角度看,民航服务不仅只是单纯的服务技巧,还包括航空公司所提供的各项内外设施,是有形设施和无形服务共同组合而成的有机整体。

第二,从旅客的角度看,民航服务是旅客在消费过程中所感受到的一切行为和反应,既可以说是一种经验的感受,也可以说是航空公司及民航服务人员的表现给旅客留下的印象和体验。

第三,从航空公司的角度看,民航服务的本质是员工的工作表现。这是航空公司提供给旅客的无形产品,而这个产品具有消费和生产同时发生的特性,并且不可能储存。

综上所述,民航服务就是在民航服务人员以礼貌、友善、和蔼可亲的态度接待旅客的过程中所营造的服务环境。在这个环境中,航空公司内外所提供的各种便利设施,对无形服务同样起着必不可少的辅助作用。

良好的民航服务,应该让旅客能够产生温暖的、被了解的、被关注的、宾至如归的美好感觉,并由此达到让旅客渴望再次光临的效果。

（二）民航服务的特征



民航服务是在特殊的环境下对特殊群体进行的服务,与酒店服务相比,存在着明显的特殊性,主要体现在以下几个方面。

1 服务的运行环境特殊

民航服务的实施大多集中在飞行过程中,处在空中这样一个特殊的环境下,服务主要发生在客舱当中,客舱是一个特殊的场所,面积狭小,人员众多。航班的飞行状态也直接影响到服务的实施情况。整个服务过程受到空间、飞行状态、旅客心理等因素的影响和制约。因此,服务必须严格符合规范性和机动性,必须要求机组人员密切配合,在规定的的时间和程序内完成一系列令旅客满意的服务。

2 服务的安全责任重大

从旅客的心理需求出发,安全是旅客的最大需求。旅客能安全抵达目的地是旅客及其家人的最大愿望,也是所有机组人员的最基本的任务。近几年,国内各航空公司纷纷招聘男性担任航班的安全员,担负着观察、发现、处理各种安全隐患的任务。机舱的其他乘务员也要随时担负起维持客舱秩序,消除各种危机事件的任务,在紧急情况下,要主动担负起面对旅客、面对危机的责任。因此,安全服务是民航服务中的一项主要内容,参与安全管理是机组人员的基本任务。民航安全,重于泰山。

3 服务内容繁多、实施难度大

民航服务需要为旅客提供全面周到的服务。在民航企业竞争日趋激烈的今天,客舱服务的内容也越来越充实、越来越细化。只有将服务内容与旅客的需求相结合才能为旅客提供满意的服务。从国内外各大航空公司所提供的服务内容来看,民航服务的基本工作主要包括礼仪服务、技术服务、安全服务、餐饮服务、救助服务、娱乐服务、咨询服务、商务服务等,而每项内容所涵盖的面又非常广泛,复杂程度甚高,特别是在飞行的特殊过程中,要完成这几项服务难度是非常大的,它所要求的技术水平也是相当高的。

4 个性服务明显

由于民航消费的大众化,旅客群体的构成也越来越复杂。民航服务人员每天都要遇见



各种各样的旅客,他们所显示出来的需求存在着差异性。在飞行的不同阶段,旅客的心理变化也是不同的。因此,民航服务人员需要积极采取措施,为旅客提供个性化的服务,特别关照特殊的旅客,缓解旅客的各种不良情绪,使旅客完成轻松、愉快的旅程。

国内的航空公司不乏有特色的个性服务,比如在深圳航空公司(简称深航),乘务组推出了手语服务,照顾某些特殊旅客;在飞行过程中,设计了简单有效的机上健身操来缓解旅客的飞行疲劳;在飞往北方的航线上,为照顾到众多的北方旅客,特意在餐食中给旅客派发“辣朋”牌辣酱,以迎合旅客的口味……这些都体现出航空公司对旅客的个性呵护,也大大提高了航空公司的美誉度和竞争力。

5 服务人员素质要求高

在民航服务的特殊环境下,我们对民航服务人员的要求也是非常高的。民航服务人员不仅应具备良好的外形条件,还必须具备稳定的心理素质、超强的应变能力和沟通能力。民航服务人员只有具备良好的综合素质,才可以为旅客带来完美的服务。

(三) 民航服务人员的基本要求



随着民航事业的快速发展,对民航服务人员的素质要求也越来越高。民航服务人员是民族文化的传递者,是服务内容的实施者,也是情感交流的使者。因此,民航服务人员不仅要有良好的外在形象,更要具备过硬的心理素质、高尚的情操及熟练的服务技能。综合来讲,当代民航服务人员必须达到以下几个方面的基本要求。

1 良好的外在形象

心理学的研究表明:人的心理活动首先来自外部环境信息对视觉的影响,外部环境的第一信息十分重要。当个体展示自身的魅力后,其以后的活动就都具有魅力,这就是所谓的“首因效应”。良好的外在形象可以在旅客心中产生良好的“首因效应”,从而增强美好的第一印象和亲切感,拉近与旅客的距离,增加旅客的愉悦感。同时,美好的个人形象也代表了公司的整体形象,因此,对民航服务人员的外在提出要求是非常有必要的。

但良好的外在形象不是单指美丽的外表,而是在优越的外形条件的基础上显示出的一种良好的气质,体现出一种整体美和亲和力。在要求民航服务人员具有良好的仪态、仪表的同时,还需要民航服务人员时刻保持发自内心的微笑来感染旅客的情绪。

2 坚毅的意志品质

人们在各种行动中,经常会带有稳定的特点,体现出一定的规律性,这在心理学上被归纳为几种不同的意志品质,即自觉性、果断、坚忍性和自制力。良好的意志品质是保证活动顺利进行、实现预定目标的重要条件。民航服务人员面临着复杂的服务环境与服务对象,在职业生涯当中所面临的困难也是艰巨的。因此,对民航服务人员意志品质的培养是十分必要的。

3 过硬的心理素质

研究表明,各种突发事件处置得成功与否的一个重要因素就是处理人心理素质的好