

**РОСЖЕЛДОР**  
**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение**  
**высшего образования**  
**«Ростовский государственный университет путей сообщения»**  
**(ФГБОУ ВО РГУПС)**

---

Л.А. Лазарева

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ В ГОСТИНИЦАХ**

Учебно-методическое пособие  
для практических занятий  
и самостоятельной работы

Ростов-на-Дону  
2017

ББК 65.43я7 + 06

Рецензент – кандидат экономических наук, доцент Е.В. Козлова

**Лазарева, Л.А.**

Обеспечение безопасности в гостиницах: учебно-методическое пособие для практических занятий и самостоятельной работы / Л.А. Лазарева; ФГБОУ ВО РГУПС. – Ростов н/Д, 2017. – 47 с. – Библиогр.: с. 45.

Содержатся тексты лекций по основным темам дисциплины «Обеспечение безопасности в гостиницах», а также задания по современной терминологии и понятийному аппарату гостиничной индустрии. В помощь при подготовке к практическим занятиям пособие снабжено списком рекомендуемой литературы. Тексты лекций содержат материал, связанный с анализом оптимизации системы безопасности в гостиничном бизнесе. Для закрепления знаний по данной дисциплине приведены контрольные вопросы.

Предназначено для студентов дневной и заочной форм обучения по направлению подготовки «Гостиничное дело», программа академического бакалавриата по профилю подготовки «Гостиничная деятельность», программа прикладного бакалавриата по профилю подготовки «Организация сервисного обслуживания в гостиничных комплексах и на транспорте».

Одобрено к изданию кафедрой «Социальные технологии».

© Лазарева Л. А., 2017

© ФГБОУ ВО РГУПС, 2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

|  |    |
|--|----|
| 1 Понятие безопасности. Законодательные основы безопасности в туризме и гостеприимстве ..... | 4  |
| 2 Особенности обеспечения безопасности в гостиничном бизнесе .....                           | 10 |
| 3 Современные средства безопасности в гостеприимстве .....                                   | 12 |
| 4 Способы государственного регулирования туристской деятельности .....                       | 16 |
| 5 Причины и последствия создания гостиничных цепей .....                                     | 18 |
| 6 Внедрение системы телевизионного наблюдения .....  | 21 |
| 7 Обеспечение кадровой безопасности.....   | 24 |
| 8 Проектирование мер по обеспечению финансово-экономической безопасности .....               | 28 |
| 9 Развитие и регулирование туристской деятельности в Российской Федерации .....              | 32 |
| Современная терминология и понятийный аппарат гостиничной индустрии                          | 39 |
| Вопросы к практическим занятиям (семинарам) .....  | 40 |
| Итоговые задания по основным разделам дисциплины .....                                       | 41 |
| Библиографический список .....   | 45 |

## Лекция № 1

# ПОНЯТИЕ БЕЗОПАСНОСТИ. ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ОСНОВЫ БЕЗОПАСНОСТИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

Безопасность – состояние, при котором отсутствует недопустимый риск, связанный с причинением вреда жизни или здоровью граждан, имуществу физических или юридических лиц. Под безопасностью туризма понимается личная безопасность туристов, сохранность их имущества и ненанесение ущерба окружающей природной среде при совершении путешествий [2]. Данная дефиниция из закона РФ «Об основах туристской деятельности» не совсем точна. Безопасность не может быть абсолютной. В то же время уровнем опасности можно управлять (устанавливать санитарно-защитные зоны вокруг опасных объектов, уменьшать массу хранящихся опасных веществ и др.) Комплексность подхода необходима потому, что менеджмент безопасности в туризме и гостеприимстве должен осуществляться как на международном уровне, так и на государственно-отраслевом и производственном. На уровне гостиничного предприятия управление безопасностью особенно актуально, так как здесь происходит непосредственное соприкосновение персонала с туристом.

Таким образом, говорить можно лишь о некотором допустимом уровне безопасности, при котором всегда существует остаточный риск или опасность. Как следствие этого всегда должны приниматься меры как по предотвращению проявления опасностей, так и по ликвидации последствий их проявления. Пренебрегающие правилами безопасности и заботами об обеспечении безопасности туризма несут ощутимые потери при утрате потоков туристских прибытий. К примеру, Египет после терактов в отношении туристов в 1997 году, был наказан мировой общественностью двухлетней изоляцией от туристского экономического «пирога» И потерпел серьезный ущерб в развитии экономики, исторически ориентированной на массовый иностранный туризм еще со времен Тома-са Кука.

В Законе РФ от 5 марта 1992 г. «О безопасности» дается такое определение: «Безопасность состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз»[3]. Поскольку реальных угроз множество, и они имеют пространственно-временную разобщенность проявления, случайный, непредсказуемый характер, то чаще всего эта защищенность объекта оценивается на основе некоторых вероятностных критериев риска, которые не имеют четкого определения. Некоторая степень риска ущерба от опасности существует всегда, и ввести предельный порог для безопасной степени риска в реальных случаях невозможно. Можно лишь сказать, что значение этого порога (этой степени риска) должно находиться в окрестностях нуля, для того чтобы можно было охарактеризовать объект как безопасный.

Менеджмент безопасности в туризме это система управления технологическим процессом обслуживания туристов, направленная на достижение стратегической цели успешного функционирования предприятий, обслуживающих

туристов в условиях рынка, а именно: гармонизации решения экономических (хозяйственных) проблем предприятий и проблем безопасности (создания безопасной среды для туристов и туристских предприятий, позволяющей надежно, устойчиво и эффективно удовлетворять потребности туристов)[4].

Уровни менеджмента безопасности в туризме в зависимости от масштабов туристской деятельности можно выделить три уровня менеджмента безопасности:

- 1) международный (межгосударственный);
- 2) государственный (государственно-отраслевой);
- 3) оперативно-производственный.

Менеджмент безопасности туризма на межгосударственном уровне осуществляется путем формирования и реализации международной политики по обеспечению безопасности туризма и снижению рисков при путешествиях. Такая политика формируется на представительных международных межправительственных или межпарламентских совещаниях, проводимых под эгидой Всемирной туристской организации и Всемирной организации здравоохранения.

Менеджмент безопасности на государственно-отраслевом уровне осуществляется путем формирования и реализации государственной политики и государственной программы по безопасности туризма, а также формирования соответствующей законодательной базы. В этой работе участвуют парламент, различные министерства, причем координирующую роль здесь должна выполнять Национальная туристская администрация.

Оперативно-производственный менеджмент безопасности осуществляется по отношению к конкретному туристскому предприятию путем планирования и организации работ по созданию комплексной системы обеспечения безопасности туристов и работников, имущества, финансовых средств, информации.

Международный (межгосударственный) уровень менеджмента безопасности

На данном уровне менеджмента субъектом управления (управляющей подсистемой) является межправительственная Всемирная туристская организация (ВТО), а объектом управления (управляемой подсистемой) Национальные туристские администрации (НТА) стран, туристские объекты и туристы. Управляющие воздействия со стороны ВТО поступают в виде деклараций и рекомендаций конференций, проводимых ВТО, Национальным туристским администрациям, а также в виде информационных сообщений (по вопросам безопасности) через соответствующие печатные издания. В Исполнительном комитете ВТО вопросами безопасности туризма занимается Комитет по качеству туристского обслуживания, созданный в 1994 г.

Первым документом ВТО, в котором нашли свое отражение вопросы безопасности в туризме, стала Хартия туризма. В статье III говорится о том, что государствам в интересах настоящих и будущих поколений следует защищать туристскую среду, которая, включая человека, природу, общественные отноше-

ния и культуру, является достоянием всего человечества. В статье IV государствам рекомендуется [5]:

- обеспечивать безопасность посетителей и их имущества посредством превентивных мер и мер защиты;
- предоставлять возможно лучшие условия гигиены и доступа к службам здравоохранения, а также предупреждения инфекционных заболеваний и несчастных случаев;
- усиливать в целях защиты туристов и местного населения меры по предупреждению нелегального использования наркотиков».

В декларации Гаагской Межпарламентской конференции по туризму (1989 г.) отмечалось, «что безопасность и защита туристов и уважение их достоинства является непременным условием развития туризма». В декларации даны развернутые рекомендации государствам, НТА и частному сектору по обеспечению условий безопасности.

«Государства должны [6]:

- ✓ сотрудничать в рамках ВТО при подготовке программ обеспечения безопасности;
- ✓ информировать общественность о возможных угрозах туристам, туристским объектам и туристским достопримечательностям;
- ✓ формировать эффективную государственную политику, направленную на обеспечение безопасности и защиты туристов;
- ✓ сопровождать меры по упрощению туристских формальностей мерами по обеспечению безопасности;
- ✓ выполнять в соответствии с процедурами и законодательством в каждой отдельной стране юридические положения в области защиты туристов, включая правоспособность туристов добиваться эффективной судебной защиты в судах в случае действий, наносящих вред им или их имуществу (и особенно при терроризме);
- ✓ следить за тем, чтобы законы, правила и постановления в стране, регионе выполнялись не только НТА, но и всеми ведомствами и министерствами, так или иначе связанными с обслуживанием туристов;
- ✓ обеспечить энергичный подход к вопросу о безопасности в туризме на глобальной и систематической основе;
- ✓ создать в стране специализированный центральный орган, занимающийся вопросами безопасности в туризме, формированием национальной политики в области безопасности и защиты туристов (туристская полиция);
- ✓ разработать необходимые законы, законодательные акты в области безопасности и защиты туристов, взаимоувязанные со всеми другими законодательными мерами, направленными на устранение насилия и преступности, а также на защиту и сохранение окружающей среды в туристских регионах;
- ✓ принять все необходимые меры по обеспечению базового страхования туристов на случай основных рисков, с которыми они сталкиваются (болезнь, кража, несчастный случай);

- ✓ развивать и способствовать развитию контактов и эффективного сотрудничества между специальными органами и туристскими организациями по вопросам безопасности в туризме;
- ✓ оказывать все необходимые меры помощи туристам, на личность или имущество которых были совершены серьезные посягательства;
- ✓ обеспечить подготовку соответствующих специалистов».

#### *Государственный (государственно-отраслевой) уровень менеджмента безопасности*

На данном уровне менеджмента субъектом управления являются парламент, правительство страны и Национальная туристская администрация, а объектом управления туристские организации, объекты и туристы. Основные задачи, которые решаются на данном уровне, отражены в рекомендациях Гаагской конференции.

Главными стратегическими задачами государственного уровня менеджмента безопасности являются [7]:

- создание хорошо продуманной комплексной системы мер по обеспечению безопасных условий для туристов в пределах страны, а также безопасных условий осуществления туристской деятельности турпредприятиями;
- создание и поддержка имиджа страны как совершенно безопасной для туристов;
- постоянное информирование граждан своей страны об угрозах и опасностях, возникающих для туристов в различных странах и регионах мира;
- создание действенной законодательной базы по обеспечению безопасности туризма.

Странами, в которых государственный менеджмент безопасности туризма осуществляется на высоком уровне, являются Мексика, США, Германия, Франция. В России, к сожалению, государственно-отраслевой уровень менеджмента безопасности в туризме и турбизнесе находится на недостаточной высоте.

Имеющаяся законодательная база, регулирующая правовые отношения в вопросах обеспечения безопасности Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Законы: «О безопасности», «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации», «О сертификации продукции и услуг», «О защите прав потребителя», «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» ограничена в вопросах безопасности в туризме и турбизнесе, не охватывает всего спектра этой деятельности, не стимулирует к принятию новых законов и внесению поправок в действующие.

Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» является основным актом, регулирующим туристскую отрасль. В нем в ст. 6 определены права туриста: на необходимую и полную информацию о правилах въезда в страну/место временного пребывания; информацию о местных порядках и обычаях; свободный доступ к туристским ресурсам; на обеспечение личной безопасности, своих потребительских прав и беспрепятственное получение неотложной медицинской помощи.

В Законе РФ «О защите прав потребителей» говорится, что потребитель имеет право на то, чтобы услуга при обычных условиях ее оказания была безопасна для жизни, здоровья, окружающей среды и имущества потребителя.

Наряду с федеральными законами действуют и законы субъектов Российской Федерации (краев, областей, городов федерального значения, автономных округов), которые тоже закрепляют за туристом право на безопасность. Так, например, согласно Закона Московской области «О туристской деятельности в Московской области»: туристы в местах транзита и временного пребывания на территории Московской области пользуются правами на получение сведений о наличии лицензии и сертификата соответствия у субъекта туристской деятельности; получение в полном объеме услуг и соблюдение всех условий, указанных в туристских путевках; на обеспечение личной безопасности и сохранности имущества; страхование рисков, связанных с совершением путешествия. Законодательство закрепляет за туристами их права, а гарантом обеспечения этих прав являются туроператоры или турагенты.

Для осуществления туроператорской либо турагентской деятельности необходимо получить лицензию, что предусмотрено ст. 4 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». Обязанность получить лицензию распространяется на все туристские организации, поскольку туристская деятельность это такой вид деятельности, который может повлечь за собой нанесение ущерба правам, законным интересам, здоровью граждан, культурному наследию народов России.

Лицензионными требованиями и условиями при осуществлении туроператорской и турагентской деятельности являются в том числе[8]:

- наличие сертификата соответствия туристских услуг требованиям безопасности;
- оказание туристских услуг только после заключения с клиентом договора, соответствующего требованиям законодательства Российской Федерации;
- предоставление клиенту исчерпывающей информации: о режиме работы туроператора, месте его нахождения, наличии лицензии, сертификатов на услуги, подлежащие обязательной сертификации, фамилии, имени и отчестве должностных лиц, ответственных за ведение соответствующих направлений туристской деятельности.

Соблюдение квалификационных требований снизит вероятность предоставления туристу небезопасной услуги, так как неопытный и неквалифицированный сотрудник, отправляя туриста в путешествие, из-за своей неосведомленности может пренебречь некоторыми нормами и предписаниями закона (неправильно составит договор или проинформирует туриста ненадлежащим образом и т. п.).

Основным актом в области стандартизации является Закон РФ от 10 июня 1993 г. «О стандартизации».

Стандартизация это деятельность по установлению норм, правил и характеристик в целях обеспечения [9]:



- безопасности продукции, работ и услуг для жизни, здоровья и имущества туристов;
- технической и информационной совместимости, а также взаимозаменяемости продукции;
- качества продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии:
- единства измерений;
- экономии всех видов ресурсов;
- безопасности хозяйственных объектов с учетом риска возникновения природных и техногенных катастроф и других чрезвычайных ситуаций.

Закон РФ «О стандартизации» распространяется на организации, реализующие различные виды туристских услуг. Стандартизации подлежат также все объекты туристской индустрии: гостиницы и иные средства размещения, средства транспорта, объекты общественного питания, средства развлечения, объекты познавательного, спортивного, делового, оздоровительного и иного назначения.

Требования, устанавливаемые государственными стандартами для обеспечения безопасности услуг, являются обязательными для соблюдения туристскими организациями и содержат правила (требования), относящиеся к определенным видам деятельности. Объектами стандартизации ГОСТ определены туристские услуги и процессы туристско-экскурсионного обслуживания. В настоящее время действует ряд государственных стандартов: ГОСТ Р 5068194 устанавливает требования к туристско-экскурсионному обслуживанию и проектированию туристских услуг; ГОСТ Р 5069000 определяет общие требования к туристскому обслуживанию; ГОСТ Р 5118598 требования к средствам размещения; ГОСТ Р 5064494 требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов.

Именно эти ГОСТы лежат в основе сертификации туристского продукта, являющейся одним из элементов системы регулирования безопасности туризма.

Одной из основных государственных мер обеспечения безопасности в сфере туризма является введение обязательной сертификации туристских и гостиничных услуг, а также услуг общественного питания.

Сертификация это проверка соответствия предоставляемых услуг государственным требованиям (требованиям стандартов), которые направлены на предотвращение ущерба для жизни, здоровья, имущества туристов и окружающей среды [10]. На основе процедуры проведения сертификации соответствующим государственным учреждением выдается на определенный срок сертификат соответствия документ, подтверждающий безопасность предоставляемых туристу услуг безопасность поездки, здоровья клиентов, их имущества, качественное обслуживание и т. д. Одной из угроз безопасности государственного уровня является распространение поддельных сертификатов товаров и услуг.

Сертификация на соответствие безопасности носит обязательный характер для всех субъектов хозяйственной деятельности. Законодательными актами установлен запрет на рекламу деятельности по предоставлению услуг без сер-

тификата соответствия. Кодекс РФ об административных правонарушениях предусматривает ответственность должностных лиц и предпринимателей за предоставление несертифицированных услуг или несанкционированное использование знака соответствия требованиям безопасности.

Сертификация услуг в России, как и в любой другой стране мира, осуществляется для предупреждения реализации услуг, опасных для жизни, здоровья и имущества человека и окружающей среды. Она является общепринятым механизмом регулирования отношений в сфере обслуживания населения.

Итак, для законного функционирования туроператор и турагент должны обязательно обладать этими документами, а реализуемые туристские услуги должны соответствовать стандартам и иметь сертификат соответствия. В настоящее время нормативным документом, на основании которого осуществляется сертификация гостиниц, является Приказ Минэкономразвития и торговли РФ от 21 июня 2003г. №197 «Об утверждении положения о государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения».

Статья 15 Гражданского кодекса Российской Федерации закрепляет важный принцип частного права: лицо, право которого нарушено, может требовать полного возмещения причиненных ему убытков, если законом или договором не предусмотрено возмещение убытков в меньшем размере. Кодекс предусматривает два вида убытков: реальный ущерб и упущенная выгода.

## **Лекция № 2**

### **ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ**

Гостиница представляет собой имущественный комплекс (здание, часть здания, оборудование и иное имущество), предназначенный для предоставления услуг. Под гостиницей понимается предприятие, предназначенное для временного проживания. Допустимое минимальное число номеров в гостинице – 10. Охарактеризовать гостиницу, как предприятие гостиничной индустрии можно с помощью следующих признаков:

- ✓ количество номеров (превышает минимальное количество или нет);
- ✓ виды предоставляемых гостиничных услуг;
- ✓ категория и класс, в зависимости от вида предоставляемых услуг в соответствии с принятой в стране системой стандартов.

Гостиницы различаются по вместимости, числу номеров и числу мест, предназначенных для проживания;

Согласно международным стандартам гостиница любой категории должна иметь собственную службу безопасности, обеспечивать неотложную медицинскую помощь, гарантировать сохранность вещей и т. п.

Следует отметить, что требование обеспечения сохранности вещей постояльцев содержится не только в международных стандартах, но и закреплено в Гражданском кодексе РФ. На это указывает статья 925 ГК РФ:

«– Гостиница отвечает как хранитель и без особого о том соглашения с проживающим в ней лицом (постояльцем) за утрату, недостачу или повреждение его вещей, внесенных в гостиницу, за исключением денег, иных валютных ценностей, ценных бумаг и других драгоценных вещей.

Внесенной в гостиницу считается вещь, вверенная работникам гостиницы, либо вещь, помещенная в гостиничном номере или ином предназначенном для этого месте.

– Гостиница отвечает за утрату денег, иных валютных ценностей, ценных бумаг и других драгоценных вещей постояльца при условии, если они были приняты гостиницей на хранение либо были помещены постояльцем в предоставленный ему гостиницей индивидуальный сейф независимо от того, находится этот сейф в его номере или в ином помещении гостиницы. Гостиница освобождается от ответственности за несохранность содержимого такого сейфа, если докажет, что по условиям хранения доступ кого-либо к сейфу без ведома постояльца был невозможен либо стал возможным вследствие непреодолимой силы.

– Постоялец, обнаруживший утрату, недостачу или повреждение своих вещей, обязан без промедления заявить об этом администрации гостиницы. В противном случае гостиница освобождается от ответственности за несохранность вещей.

– Сделанное гостиницей объявление о том, что она не принимает на себя ответственности за несохранность вещей постояльцев, не освобождает ее от ответственности.

– Правила настоящей статьи соответственно применяются в отношении хранения вещей граждан в отелях, домах отдыха, пансионатах, санаториях, банях и других подобных организациях» [11]

Гостиницы часто сравнивают с маленькими городами. У них, как и у настоящих городов, есть свои проблемы. И одна из них – проблема борьбы с правонарушениями. Даже одно преступление может оказать негативное влияние на многие аспекты жизни маленького города. Понятно, что полностью избежать неприятностей невозможно, но принять меры к тому, чтобы совершить преступление безнаказанно было сложно – священный долг руководителя, отвечающего за жизнь и спокойствие людей, находящихся в гостинице.

Номер может быть прекрасно обставлен и чист, блюда в ресторане – просто восхитительны. Сервис – на высочайшем уровне, персонал внимателен и приветлив, но... Но всего лишь одна кража из номера может омрачить пребывание в отеле – сразу и навсегда. Гости, которые говорили, что они останутся у вас в следующий раз, скорее всего, не вернуться. Вы можете быть уверены, что клиенты, которым так не повезло в вашем отеле, расскажут всем своим знакомым об этом случае. Умножьте каждый подобный случай на количество потенциальных гостей, которые могут это услышать, и вы получите представление о том, сколько денег вы потеряли.

Сегодня в распоряжение профессионалов гостиничного дела предоставлены разнообразные средства борьбы с преступлениями. Помимо традиционно-

го «человека с ружьем» – это и системы электронных карточных замков, сейфы, системы охранной сигнализации и видеонаблюдения. Слов нет – хороший охранник эффективен, но, согласитесь, вид угрюмого охранника, в каждом посетителе видящего преступника, как то не вяжется с самим понятием индустрии гостеприимства.

В современных условиях безопасность хорошей гостиницы невозможна без системы технических средств безопасности.

Разрабатываемые и внедряемые на объекте меры безопасности должны быть нацелены на выполнение следующих задач [12]:

- Обеспечить охрану и безопасность постояльцев и их личного имущества во время пребывания в гостинице.
- Защитить имущество гостиницы от враждебных действий (таких как кражи, вандализм и т. п.).
- Обеспечить защиту гостиницы (самого здания и всего, что в нем находится) от террористических актов (нападений, саботажа и т. п.).
- Поддерживать общественный порядок и обеспечивать надлежащие рамки поведения во всех общественных местах гостиницы.
- Обеспечить постояльцам покой и конфиденциальность во время их пребывания в гостинице.
- Обеспечить возможность незамедлительного и эффективного реагирования в случае какого-либо происшествия, требующего вмешательства персонала гостиницы или представителей сторонних ведомств (например, милиции, скорой помощи и т. п.).
- Гарантировать надлежащее поведение, а также добросовестность и честность всего персонала гостиницы.
- Гарантировать возможность предоставления гостиницей специальных услуг по обеспечению повышенной безопасности высокопоставленных лиц, к охране которых предъявляются особые требования.

Использование описанных мер безопасности не только обезопасит вашего клиента во время его пребывания в гостинице, но и оградит ваших сотрудников от необоснованных обвинений. А это, наряду с другими аспектами, повысит репутацию гостиницы и, как следствие, увеличит ее заполняемость.

### **Лекция № 3**

## **СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА БЕЗОПАСНОСТИ В ГОСТЕПРИИМСТВЕ**

Мировыми гостиничными цепями (HILTON, HOLLIDAY INN, RADISSON SAS и т. д.) накоплен значительный опыт в этой отрасли. Ниже приведены основные обобщенные положения по применению систем технических средств безопасности в таких гостиницах.

Первостепенным в обеспечении безопасности клиента во время пребывания его в гостинице является ограничение и контроль доступа в номер. Вход-

ные двери всех гостевых номеров оборудуются электронными карточными замками, которые [13]:

- ✓ открываются изнутри простым нажатием на ручку при всех комбинациях использования его запорных элементов;
- ✓ имеют автономное питание;
- ✓ информируют обслуживающий персонал о снижении напряжения питания батарей;
- ✓ при закрывании двери автоматически защелкиваются;
- ✓ имеют функцию анти отжима защелки при закрытой двери;
- ✓ имеют дополнительный запорный ригель;
- ✓ имеют цилиндр для механического мастер-ключа, обеспечивающего открывание замка в нестандартных ситуациях;
- ✓ имеют функцию перекодирования механических мастер-ключей (не менее трех уровней);
- ✓ имеют внутренние часы реального времени;
- ✓ имеют энергонезависимую память не менее чем на 100 событий;
- ✓ при использовании запорного ригеля замок снаружи открывается только мастер-картой или механическим мастер-ключом.

При этом система электронных карточных замков должна [14]:

- обеспечивать функцию «recodable», когда каждая новая выданная карта–ключ немедленно отменяет предыдущую;
- **обеспечивать формирование комплекта карт (программирующие и пользовательские) для обеспечения поселения клиентов в номер при нестандартных ситуациях;**
- обеспечивать формирование и использование специальных карт «временного запрета доступа клиента в номер»;
- обеспечивать запись кодированной информации о доступе на третью дорожку карты с магнитной полосой;

### Здесь остановилась Второе октября 2017

- обеспечивать выдачу нескольких одновременно используемых карт для одного гостевого номера;
- обеспечивать отдельную выдачу и учет карт-ключей для гостей и обслуживающего персонала;
- обеспечивать выдачу специальных карт-ключей обслуживающему персоналу для доступа в секцию (группу) помещений;
- разделять полномочия операторов системы в соответствии с паролем;
- иметь возможность (при необходимости) интегрироваться с системой PMS гостиницы;
- обеспечивать проверку (верификацию) карт-ключей;
- обеспечивать формирование и печать отчетов.

Входные двери всех гостевых номеров оборудуются доводчиками двери, монтируемыми изнутри, внутренними дополнительными не ключевыми запорами, односторонними широкоугольными дверными глазками, монтируемыми на высоте 1,5 м от пола.

Пожарные выходы на всех этажах должны оборудоваться доводчиками и запорными устройствами, обеспечивающими свободный выход и вход с использованием механических или карт-ключей

Для обеспечения комфортного пребывания клиентов в гостинице следует использовать малые сейфы в номерах и/или централизованное хранилище ценностей (депозитные ячейки).

Каждый гостиничный номер оборудуется мини-сейфом, который управляется (закрывается и открывается) персональным кодом клиента. Размер сейфа определяется типом номера, однако следует отдать предпочтение сейфам, позволяющим хранить в них переносной компьютер. Для оказания уполномоченными лицами помощи клиентам в открывании сейфов в экстренных случаях должно быть предусмотрено мастер-устройство, управляемое специальным кодом, устанавливаемым охраной гостиницы.

Будет очень полезным наличие в сейфах энергонезависимой памяти событий, что снимет все претензии и вопросы постояльцев относительно несанкционированного вскрытия сейфов служащими гостиницы.

Централизованное хранилище ценностей клиентов (депозитные ячейки), располагается вблизи стойки регистрации. Клиенты могут арендовать ячейки (или сейфы) в таком хранилище для хранения особо важных и ценных крупногабаритных вещей, как то, огнестрельное оружие, шубы, ценные бумаги и т. п.

Каждая ячейка хранилища должна открываться двумя ключами – мастер-ключом, хранящимся у обслуживающего персонала, и личным ключом, передаваемым клиенту. Централизованное хранилище ценностей клиентов обслуживает персонал службы приема.

Помещение хранилища должно: иметь капитальные стены; иметь дверь из металла (или прочного дерева). Допускается установка обычной двери и внутренней решетки; иметь механизм для автоматического запираания дверей, не позволяющий по ошибке оставить дверь открытой; иметь контроль доступа (дверь открывается с помощью личной кодированной карточки и/или личного кода) с возможностью передачи тайного сигнала бедствия в тех случаях, когда дверь открывается под принуждением; иметь систему охранной сигнализации.

Вход в хранилище должен просматриваться средствами видеонаблюдения с записью изображения на видеомagneфон.

Централизованная система охранной сигнализации в гостинице является средством обеспечения безопасности зон жизнеобеспечения гостиницы, предотвращения неконтролируемого проникновения внутрь помещения и отдельных комнат. Для обеспечения постоянного мониторинга сигналов тревоги прибор приемно-контрольный располагается в месте круглосуточного присутствия персонала (это может быть диспетчерская, помещение охраны, приемная стойка гостиницы или коммутатор). Необходимо предусмотреть резервное пи-

тание системы от аккумуляторов с контролем их состояния и автоматической подзарядкой.

Для получения документальных копий отчетов к центральному ППК должен быть подключен принтер [15].

Все основное оборудование охранной сигнализации должно иметь сертификат и, по меньшей мере, одной испытательной лаборатории, получившей международное признание.

Оборудованию охранными извещателями на открытие подлежат:

- все аварийные выходы из гостиницы;
- все наружные двери, которые обычно закрыты;
- двери служебных помещений с оборудованием, которое обычно работает без обслуживающего персонала (дизельная, трансформаторная, котельная, АТС и т. п.);
- двери ряда критических помещений гостиницы, защита которых должна обеспечиваться в то время, когда они активно не используются. Это кладовые спиртных напитков, комнат с электронным оборудованием (телецентр, сервер и т. п.), кабинеты руководства, бухгалтерия (касса).

Везде, где это возможно, магнитоконтактные извещатели открытия должны быть потайными или врезными.

В тех местах, где требуются особые меры предосторожности ввиду находящихся там предметов, представляющих интерес для злоумышленников, необходимо установить объемные извещатели движения.

Для скрытой передачи сигнала тревоги извещатели тревожной сигнализации устанавливаются в следующих местах: стойка администратора; касса приема денег в зоне регистрации; касса гостиницы; другие помещения, где может накапливаться наличность; офис руководства [16].

Система охранной сигнализации должна быть оборудована устройствами звуковой и визуальной сигнализации (зуммер, сирена, строб-сигнализаторы), которые должны привлечь внимание персонала к сигнализации тревоги. Необходимо предусмотреть централизованную систему видеонаблюдения. Система должна обеспечивать возможность наблюдения в реальном масштабе времени и записи происходящего для последующего изучения. Предусмотреть установку видеокамер в следующих местах:

- ✓ въезд на автомобильную стоянку;
- ✓ переход от стоянки в гостиницу;
- ✓ главный вход в гостиницу;
- ✓ служебный вход в гостиницу;
- ✓ главный холл и зона регистрации постояльцев;
- ✓ лифтовые холлы;
- ✓ зона разгрузки продуктов и имущества;
- ✓ оконечные двери пожарных выходов (снаружи);
- ✓ зона камеры хранения (депозитария);
- ✓ холлы конференц-залов;
- ✓ холл фитнес-центра.

В лифтовых холлах и на лестничных клетках (на жилых) этажах видеокамеры должны размещаться таким образом, чтобы двери номеров не попадали в поле зрения камер. Обеспечить запись всех видеокамер на видеомagneтофон. Главные мониторы наблюдения, коммутационное оборудование и записывающие устройства установить в помещении службы безопасности или дежурного администратора. Должно быть предусмотрено рабочее место для просмотра и документирования видеоинформации.

В современных гостиницах с большим количеством сотрудников целесообразно оборудовать специальный служебный вход.

Предусмотреть автоматизированную систему контроля доступа и учета рабочего времени на служебном входе персонала. Система должна ограничивать проход людей, не имеющих доступа, при помощи турникета или дверного замка, вести регистрацию прохода сотрудников в режиме реального времени, обеспечивать формирование и печать отчетов, в том числе и о количестве отработанного времени сотрудниками за день, месяц.

В качестве пропусков для системы контроля доступа и учета рабочего времени можно использовать карты с нанесением на них текстовой, графической и фотоинформации для использования в качестве удостоверений [17]. Вышеописанные положения могут использоваться как базовые для построения системы безопасности гостиницы. Тем не менее в каждом конкретном случае выбор систем и средств является строго индивидуальным.

#### **Лекция № 4**

### **СПОСОБЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Государство регулирует туристский сектор непосредственно через Министерство по туризму или национальные туристские организации (НТО), а также косвенно с помощью правовых рычагов, поддержки своей инфраструктуры и международной политики. Государство влияет на туризм двумя путями: управляя спросом и доходами или управляя предложением и ценами.

Для управления спросом государство использует следующие инструменты: маркетинг и продвижение, ценообразование и ограничение доступа. Для проведения эффективного маркетинга необходимо иметь четкую постановку цели, знание рынка и продуктов туризма.

Мероприятия по продвижению туризма являются составной частью маркетинга, проводимого государством, и преследует цель пробуждения спроса у потенциальных клиентов. Согласно рекомендациям ВТО эти мероприятия должны быть направлены на создание качественного имиджа страны, основанного на её привлекательных символических характеристиках. Существуют разные способы создания качественного имиджа страны – это встречи специалистов с журналистами, приглашенными в страну, командировки специалистов за рубеж, выступления по телевидению и радио, бесплатное распространение брошюр, слайдов и видеоматериалов, а также участие в различных выставках-



ярмарках, для чего приобретается стенд. Поскольку число организаций, включенных в мероприятия по продвижению туризма, велико, важную роль играет координация действий, которой обычно занимаются представительства государственных организаций за рубежом.

Средства, выделяемые из бюджета на проведение мероприятий по продвижению туристского имиджа страны, могут превышать половину бюджета государственных организаций.

Эффективность мероприятий по продвижению может увеличиться с помощью международных соглашений по кооперации между министерствами по туризму или организациями, ответственными за туризм. Цель этих действий – обмен или объединение усилий по продвижению туризма.

Существуют разные средства, с помощью которых государство может регулировать цены на туристскую продукцию. Во-первых, многие достопримечательности в стране находятся в сфере влияния государственного сектора, большинство авиакомпаний контролируется государством, а во многих развивающихся странах даже гостиницы принадлежат государству. Как правило, социальная инфраструктура и транспортные сети считаются естественными монополиями, и если они не принадлежат государству, то должны, по крайней мере, им контролироваться.

Косвенно государство может повлиять на цену с помощью экономических рычагов, с помощью налогов от продаж, открытия магазинов в таможенных зонах.

Государство, помимо вышеуказанных рычагов, может повлиять на спрос с помощью лицензирования или грации по качеству обслуживания. Эта мера особенно часто применяется в гостиничном бизнесе, когда количество предлагаемых номеров превосходит спрос и с помощью регулирования цен правительство не может устранить этот дисбаланс. Регулирование цен является очень непопулярной в рыночной экономике мерой, на которую правительства некоторых стран все-таки идут, чтобы сдерживать отечественные компании от соблазна получения сиюминутной выгоды в ущерб долгосрочным интересам туристского бизнеса страны. Кроме того, правительство, регулируя цены, может защитить интересы туристов, оградить их от сверхрасходов и таким образом, поддержать репутацию страны.

Чтобы регулировать спрос, некоторые государства принимают меры для ограничения въезда туристов, например, уменьшают количество виз, выдаваемых в стране, откуда прибывают туристы.

В отличие от управления спросом, нацеленным на выбор туристов и регулирование цен, государственное регулирование предложения связано с воздействием на продавцов туристских услуг. Для управления предложением государство использует следующие методы: исследование рынка и планирование, регулирование рынка, планирование и контроль за использованием земли, жилищное регулирование, налоги, инвестиции. Государство проводит исследование рынка с помощью сбора статистического материала и мониторинга изменений, происходящих в туризме, с целью определения выгоды и издержек туриз-

ма. Экономическим критерием, характеризующим оптимальную работу рынка, является осведомленность клиентов об альтернативах, предлагаемых им. Государство может регулировать рынок, возлагая на продавцов обязательства по отношению к потребителям не в виде юридических норм, а в виде правил, имеющих характер условий для членства в разных туристских организациях. Для обеспечения конкурентной борьбы и защиты рынка от монополизации государство осуществляет правовое регулирование рынком.

Контроль за использованием земли сопровождается регулированием строительства и заключается в архитектурном надзоре. Во многих странах приняты законы, защищающие историко-архитектурные памятники.

Одним из ключевых методов воздействия государства на туризм является налогообложение туристов с тем, чтобы перераспределить издержки от туризма, которые приходятся на местное население, обеспечивающее комфортные условия и достойное обслуживание гостей, а также чтобы увеличить доходную часть бюджета. Это налоги, взимаемые с туристов в гостиницах при размещении, в аэропортах при покупке билетов, в казино, где государство может забрать около половины выручки. Однако введение налогов не всегда может быть благоприятным для государства, потому что сбор налогов, в свою очередь, может снизить спрос на туристские услуги, а следовательно, и доходы.

Инвестиции в туристский сектор могут поступать либо от частного и государственного секторов экономики, либо от международных организаций. Основным зарубежным заемщиком является Международный банк реконструкции и развития. Среди организаций, финансирующих развитие туризма в Европе, можно выделить Европейский инвестиционный банк и Европейский фонд регионального развития.

Фактический размер финансовой помощи, оказываемой со стороны государства, определяется важностью туристского сектора в экономике страны и специфическим отличием этого сектора от других. Государственные дотации проявляются в разных формах, начиная от мероприятий по продвижению положительного имиджа страны до предоставления налоговых льгот на туристскую деятельность.

## **Лекция № 5**

### **ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ СОЗДАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ ЦЕПЕЙ**

Гостиничный бизнес, являясь одним из видов экономической деятельности, прямо или косвенно создает рабочие места и является важным средством пополнения казны иностранной валютой. В мире постоянно происходит процесс освоения новых концепций гостиничного бизнеса и модернизации старых. В международном туризме процессы интеграции традиционно рассматриваются на примере сектора размещения. В индустрии гостеприимства особенности ТНК проявляются наиболее отчетливо. Они принимают вид гостиничных цепей, превратившихся в заметное явление международной жизни. Гостиничная цепь представляет собой группу отелей, имеющих общее руководство, концеп-

цию продвижения продукта и торговую марку. Формы присоединения отелей к цепи различны. Это может быть покупка предприятий размещения гостиничной компанией, заключение с ними франшизных договоров или контрактов на управление.

Существует два вида гостиничных цепей: интегрированные цепи, которые созданы из однородных единиц, и гостиничный консорциум, который объединяет независимые отели. Наиболее консолидированными и мощными считаются интегрированные гостиничные цепи, состоящие из предприятий – полноправных корпоративных членов. Интегрированные гостиничные цепи производят и продают продукт, который последователен и однороден. Они управляются прямо или косвенно через франчайзинг или по контракту на управление. Все гостиницы в цепи имеют название и знак. Франшиза, по существу, означает прокат торговой марки. Гостиничная корпорация предоставляет предпринимателю право вести собственное дело под её вывеской, но по единым стандартам. Она оказывает содействие франшизополучателю в осуществлении этой деятельности и контролирует её в целях сохранения своей репутации.

Основные интегрированные цепи действуют в США: «Хоспиталити Франшиз Системс», «Холидей Инн Уорвайд». К крупным цепям относятся также французская группа «Аккор», занимающая четвертое место в мире, и британская группа «Форте», находящаяся на 9-м месте. Любая концепция группы «Аккор» в отношении жилья развивалась как отдельная концепция, нацеленная на специфические вкусы потребителя. Другая крупная гостиничная цепь Франции – «Клуб Медитеран» относится к рынку отдыха. Большая часть её фонда номеров сконцентрирована в деревнях и на виллах в основном в странах, специализирующихся на туризме отдыха. В Европе находится  $\frac{3}{4}$  от общего фонда гостиничных номеров.

Такая система была создана на базе концепции нового туристского продукта, которая заключается в отвлечении отдыхающих от повседневной жизни в местах с высококачественным оборудованием, наилучшим снабжением и большим размахом развлекательной деятельности с помощью профессионального персонала и постоянного поиска обновления.

В последнее время активно развивается американская концепция курортных клубов «САНДАЛС» с безупречным уровнем сервиса, когда в стоимость тура включены абсолютно все услуги. Эти клубы сосредоточены в Карибском бассейне, на Багамских островах, острове Ямайка. В Великобритании основные гостиничные цепи составляют 25 % гостиничной индустрии. Один из факторов, привлекающих иностранных инвесторов в эту страну, – низкий уровень заработной платы по сравнению с континентальной Европой. На европейском рынке также представлены крупнейшие в США лидеры гостиничного бизнеса. Такие известные гостиничные цепи, как «Хилтон Отель Корпорэйшн», «Шератон Корпорэйшн», «Мариотт Корпорэйшн».

Для того чтобы противостоять конкуренции со стороны интегрированных и франчайзинговых цепей, независимые гостиницы объединяются в гостиничные консорциумы.

Гостиничный консорциум выигрывает от экономии в масштабе при маркетинге, приобретении оборудования, объединении в компьютерную систему бронирования, которая позволяет агентам забронировать номер прямо с экрана компьютера.

Концепция гостиничного консорциума в последние годы стала очень популярной, и число консорциумов значительно возросло. Самый крупный гостиничный консорциум в мире – американская цепь «Бест Вестерн Интернэшнл», насчитывающая 3350 гостиниц и 270 тыс. номеров. Стоимость членства в этом международном гостиничном консорциуме составляет 1 % оборота после уплаты налогов.

В Европе Франция является самым крупным владельцем гостиничных консорциумов, самый известный из них «Ле ложе де Франс». В Великобритании объединенные в консорциумы гостиницы обеспечивают 60 % общего предложения гостиничных номеров.

Помимо объединения в консорциумы и интегрированные цепи гостиницы создают различные семейства. Качество предоставляемых услуг в них контролируется независимыми комиссиями.

К другим видам предлагаемого жилья относятся так называемые вторичные резиденции, полностью принадлежащие туристам, но не являющиеся их постоянным местом проживания, и вторичные резиденции с общими удобствами – это квартиры в блоках, которые обслуживаются управленческой компанией и имеет прачечную, спортивно-оздоровительные и развлекательные комплексы. Этот вид предлагается в США, Франции и Испании в основном на горных курортах и побережье.

Индустриальные страны развивают концепцию социального жилья. Это помещения, включающие деревни отдыха, семейные лагеря отдыха, молодежные турбазы, которые предлагаются на неприбыльной основе.

В заключение обзора мест размещения несколько слов о таймшере. Таймшер определяется как покупка места отдыха (квартиры) на одну или две недели. Цена квартиры делится между несколькими совладельцами. США находятся на первом месте по развитию рынка таймшера, Европа – на втором. Здесь крупнейший рынок таймшера расположен в Великобритании.

Наличие крупной гостиничной индустрии играет важную роль в привлечении иностранных туристов. В последнее десятилетие существенно увеличили объемы своих гостиничных секторов страны Юго-Восточной Азии благодаря своим значительным инвестициям и внедрению новых технологий. Эти страны создали транснациональные гостиничные цепи «Мандарин Ориентал» и «Регент», а также поострили обширную маркетинговую сеть по всему миру. Однако большая доля гостиничных номеров от общемирового числа все еще сосредоточена в Европе. Стремительно развиваются страны Карибского бассейна и североафриканские (Тунис и Марокко), что касается увеличения номерного фонда.

Современные модели гостиничных ТНК. В настоящее время гостиничное хозяйство мира переживает переломный период. Происходит структурная перестройка сектора, меняются формы организации и управления производством,

модели организации транснациональной деятельности. На протяжении 3-х десятилетий самой эффективной моделью считалась американская, которая оказала сильное влияние на развитие гостиничного бизнеса. Она использовала принципы поточно-массового производства. Эта система основана на применении стандартизации, типизации и конвейеризации производственных процессов. В гостиничном хозяйстве американская модель организации поточно-массового производства нашла проявление в высшей степени стандартизированных национально-ориентированных средствах размещения. Их сеть расширялась благодаря таким гостиничным компаниям, как «Холидей Инн», «Бест Уэстерн Мотель», «Ховарл Джонсон».

В новых рыночных условиях американской модели не хватило гибкости. На мировой рынок вышли японские, гонконгские, французские и британские операторы. В отличие от американского европейский подход к организации и ведению гостиничного дела изначально был более мягким и в меньшей степени ориентирован на стандартизацию. Они добились международного успеха благодаря гибкой системе хозяйствования и умению вписаться в инонациональную среду. Третья модель имеет азиатское происхождение и получает в мире все большее распространение с японскими и гонконгскими гостиничными цепями.

Одним из критериев жизнеспособности ТНК и всех предприятий считается гибкость и эффективность функционирования в долгосрочном периоде. В настоящее время отмечается тенденция сближения всех трех моделей. Происходит заимствование эффективных управленческих методов, идет обмен инновациями. В этой связи встает вопрос: будет ли американская модель замещена принципиально новой или будет модифицирована. Вопрос остается пока открытым.

## **Лекция № 6**

### **ВВЕДЕНИЕ СИСТЕМЫ ТЕЛЕВИЗИОННОГО НАБЛЮДЕНИЯ**

Сегодня гостиницы, рестораны, развлекательные комплексы стали реальными центрами отдыха, привлекающими к себе внимание огромного количества обеспеченных людей. Поэтому для создания комфортных условий отдыха и работы клиентов владельцам и администрации необходимо особое внимание уделять обеспечению безопасности, начиная от охраны автомобиля клиента на стоянке и заканчивая контролем за соблюдением норм поведения в помещениях. Помочь решить эти проблемы призвана система видеоконтроля.

Можно выделить основные преимущества систем видеонаблюдения перед другими средствами безопасности. Это автоматическое обнаружение и видео-контролирование событий, мгновенное обнаружение несанкционированного проникновения на охраняемую территорию, исключение ложных срабатываний за счет интеллектуальной обработки поступающих информационных потоков, наглядное отображение всей обрабатываемой информации, возможность тесной интеграции с другими подсистемами безопасности. Среди недостатков таких систем можно выделить затрудненную работу в неблагоприятных погодных условиях, например, туман [40].

Основными критериями систем видеонаблюдения при их разработке являются надежность, информативность, достоверность и своевременность.

Первый критерий достигается при использовании только самых лучших компонентов от ведущих мировых производителей, использованием проверенных на практике и глубоко продуманных конструктивных решений. Все это позволяет достигнуть наибольшего времени работы системы между отказами и минимального периода восстановления [41].

Соблюдение второго критерия позволяет обеспечить одновременную и непрерывную работу видеодетекции движения, видеозаписи, отображения на экран, воспроизведения и резервного архивирования по каждой из подключенных камер.

Достоверность – основной критерий для оператора системы и работников службы безопасности объекта на котором установлена система видеонаблюдения. Достигается путем минимизации ложных срабатываний за счет интеллектуальных алгоритмов обработки потоков видеоинформации, увеличения изображения при условиях недостаточной видимости.

Своевременность обеспечивает прямой доступ авторизованных лиц к видеоархивам, показ предыстории событий, т. е. видеозаписи, которая была получена за несколько секунд до срабатывания тревоги, возможность принятия решения системой самостоятельно без участия оператора, согласно заложенному алгоритму.

Современные системы являются гибкими и способствуют постепенному расширению от простого видеоконтрольного комплекса (12 камеры) до сложной и разветвленной видео охранной системы с круглосуточной записью всего произошедшего на видео регистратор, что в дальнейшем позволяет в любой момент воспроизвести записанную на видеопленку ситуацию и произвести оценку правомерности действий персонала и посетителей. Телекамеры могут быть установлены как открыто, так и в закамуфлированном виде (в детали интерьера: часах, картине, элементах отделки) [42].

Системы телевизионного наблюдения предназначены для визуального наблюдения с единого поста охраны всей охраняемой территории.

Они включают следующие функциональные части [43]:

- черно-белые или цветные телекамеры, устанавливаемые как в помещении, так и на улице;
- черно-белые или цветные мониторы;
- пульты управления, которые обеспечивают управление работой системы (количество пультов в системе определяется в зависимости от числа рабочих мест, откуда может производиться телевизионный просмотр охраняемой территории);
- коммутаторы, которые позволяют осуществлять поочередный контроль с различных видеокамер на один монитор;
- видеоманитофоны для записи изображения на кассету;
- видеопринтеры для фиксации отдельных изображений; детекторы движения, которые привлекают внимание охраны в случае какого-либо движения,

возникающего в поле зрения камеры, т. е. при проникновении постороннего в охраняемую зону на экране монитора начинает мигать маркер в зоне срабатывания сигнализации;

- квадратор – прибор, который обеспечивает получение изображения с нескольких камер одновременно на один монитор;

- мультиплексор – прибор, дающий возможность записи на видеомagneтофон с нескольких камер одновременно.

Видеокамеры часто устанавливаются на поворотных устройствах, управление которыми может осуществляться оператором с пульта или в автоматическом режиме в сочетании с сигналами детектора движения. Чувствительность камер достаточно высокая, они могут использоваться при освещении 0,05 люкса (это видимость при свете звезд).

Параметры системы теленаблюдения следует выбирать в соответствии с характеристиками контролируемых объектов, исходя из задач наблюдения. Выбор состава системы телевизионного наблюдения необходимо производить с учетом следующих факторов: количество контролируемых объектов на туристском предприятии; скорость реакции системы; стоимость; простота управления и возможность работы в ведомом режиме; надежность; гибкость.

Параметры элементов системы теленаблюдения следует выбирать в зависимости от характеристик объектов отеля:

- ✓ размеров объектов;
- ✓ среднего расстояние до объектов;
- ✓ предполагаемой скорости перемещения объектов;
- ✓ условий освещения объектов.

Максимальное количество одновременно отображаемых камер определяется в каждом случае соотношением количества мониторов и возможностями устройств обработки видеoinформации. Некоторая часть камер отображается одновременно, а остальные просматриваются в режиме пролистывания. Мониторы и оборудование обработки видеосигналов устанавливаются в дежурных помещениях, помещениях службы безопасности или у сотрудников фирмы, курирующих службу безопасности. В компьютерных системах на одном мониторе отображается не более 16 камер. При большем числе камер размеры отдельных изображений сильно уменьшаются, а видеоканалы переключаются в режиме пролистывания блоками до 16 камер одновременно. Наглядность представления оперативной обстановки выше в системах с большим количеством мониторов, так как при этом возможно отображение всех камер одновременно с изображением нужного размера [44].

Скорость обработки видеoinформации близка к обработке в масштабе реального времени и при оптимальном составе средств обработки видеoinформации не зависит от количества камер. В компьютерных системах скорость обработки видеoinформации уменьшается по мере роста количества камер. Методы цифровой обработки позволяют улучшать видеоизображение, фильтровать шумы, выделять и исследовать отдельные детали [45].

Например, телекамера может быть установлена в дверном глазке входной двери гостиничного номера. Видео-глазок состоит из миниатюрной видеокамеры и специальной насадки на объектив в виде дверного глазка и подключается к одному или нескольким телевизорам. Устанавливается на входной двери вместо дверного глазка. Насадка-глазок на объектив телекамеры изготовлена в соответствии с последними достижениями оптической технологии. Отличные характеристики телекамеры обеспечивают качественную картинку на телеэкране даже в условиях плохой освещенности, а при использовании инфракрасной подсветки и в полной темноте. Внешне видео-глазок ничем не отличается от стандартного дверного глазка. Только видео-глазок позволяет увидеть, что происходит за дверью, на лестничной площадке, около лифта, так, что посетитель об этом не догадается.

Со средствами теленаблюдения в гостиницах можно переусердствовать, и тогда у гостя нарушится баланс между комфортом и безопасностью. Гость не будет чувствовать себя комфортно, если будет постоянно ощущать на себе око телекамеры. Достаточно будет установки незаметных телекамер в нескольких ключевых местах.

Система видеоконтроля гостиницы позволит:

- вести круглосуточный визуальный контроль и видеозапись всех событий;
- контролировать главный подъезд;
- обеспечивать безопасность автомашин клиентов на автостоянке;
- обеспечивать сохранность имущества;
- проверять лояльность персонала гостиницы и обеспечивать контроль качества обслуживания клиентов (в ресторане, гостинице);
- контролировать мероприятия, проводимые в конференц-зале;
- контролировать безопасность лифтов и переходов.

## **Лекция № 7**

### **ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАДРОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСТИНИЦЫ**

Кадровая безопасность гостиницы - это состояние защищенности:

- 1) от внешней угрозы персоналу и предприятию;
- 2) от внутренней угрозы, исходящей от самого персонала, его непрофессионализма (невоспитанности, неблагонадежности, невнимательности, нечестности и нечистоплотности, нелояльности или враждебной настроенности и т. п.).

Система кадровой безопасности это организованная совокупность специальных мер и средств, обеспечивающих защищенность отеля от внутренней угрозы персоналу и отелю, исходящей от самого персонала, и от внешней угрозы, способной причинить вред персоналу и отелю.[46]

Составляющими системы являются: персонал, служба безопасности и вооруженной охраны, меры и средства обеспечения кадровой безопасности, менеджмент персонала как системообразующий фактор в обеспечении безопасности персонала и предприятия в целом.



Персонал отеля является основным источником внутренней угрозы. Нами уже рассмотрено его влияние на экологическую, медицинскую, пожарную безопасность туристского предприятия, т. е. угрозы конкретного характера. Здесь мы выделяем угрозы общего характера, исходящие от персонала, и самые общие меры и средства борьбы с ними. Организацией этих общих мер занимается менеджер по персоналу предприятия совместно со службой безопасности.

К мерам обеспечения безопасности, осуществляемым путем эффективной и целевой работы с персоналом, относятся [47]:

- включение в работу по обеспечению безопасности всего коллектива отеля, постоянная настроенность его на контроль и бдительность;
- качественный отбор персонала при приеме на работу и в процессе работы;
- обучение персонала, повышение его квалификации и профессионализма для снижения количества возможных ошибок и неправильных действий, способных привести к неблагоприятным, неблагоприятным и аварийным последствиям;

- периодические (практически ежедневные) напутствия персоналу по вопросам бдительности и выполнения мер безопасности;

- административный контроль за работой персонала;

- разработка и доведение до сведения каждого работника системы мер по стимулированию работников за бдительность и по наказанию за халатность (беспечность, невыполнение обязанностей, кражи, хищения, порчу имущества, ошибки, оплошности и т. д.);

- обеспечение условий и стимулирование общения работников всех служб и всех уровней со службой безопасности;

- создание специализированной службы безопасности отеля;

- обеспечение мер личной безопасности руководителя отеля.

Кадровые проблемы в обеспечении безопасности возлагаются на менеджера персонала (заместителя директора по кадрам).

Административный контроль играет важную роль в обеспечении безопасности. Он позволяет [48]:

- предотвратить кражи имущества туристов, гостей, посетителей, сотрудников и владельцев отеля, совершаемые персоналом;

- выявить нечестных работников;

- предотвратить нежелательные случаи, технические и технологические аварийные ситуации в результате непрофессиональных действий работников и недобросовестного исполнения ими своих обязанностей;

- выявить и исключить недобросовестных и нелояльных к руководству отеля исполнителей.

Административный контроль должен осуществляется следующими приемами [49]:

- наблюдение за сотрудниками и их работой, в том числе с помощью старших товарищей и наставников;

- проведение периодического контроля работы отделов по вопросам безопасности;
- проведение плановой и внеплановой инвентаризации (ее повторяемость зависит от функций отдела);
- контроль за ключами (ключи имеются у портье, ответственного по отелю, дежурного по этажу и у горничных) с учетом того, что ключ может получить у портье при определенных обстоятельствах любой желающий;
- контроль за использованием белья, инвентаря, посуды, серебра, инструментов, мебели, оборудования офиса и т. п.;
- предотвращение злоупотреблений персонала телефонными звонками на дальние расстояния;
- решение проблемы неуплаты за проживание в отеле и другие услуги.

Контроль может быть визуальным (открытым), скрытым (с помощью электронных систем) и комбинированным. Несмотря на очевидную необходимость административного контроля, он должен лимитироваться, чтобы не снизить энтузиазма в работе (и, соответственно, прибыли отеля) или, что еще хуже, не привести к обратному эффекту.

Важным моментом в предотвращении кадровых рисков является правильный подбор персонала.

Настоящий профессиональный отбор наряду с определением уровня профессиональных знаний и навыков претендента предполагает изучение особенностей его личности и результатов предыдущей деятельности. Чем глубже будет проведено это изучение, тем больше вероятность выявления безответственного или нечестного работника до того, как он проявит свои отрицательные качества и нанесет ущерб туристскому предприятию[50].

Сбор информации о кандидате осуществляется с помощью следующих основных методов:

- изучения документов и других письменных источников;
- бесед и опросов; тестирования; наблюдения во время работы, общения, отдыха;
- социально-психологического тренинга.

При этом сбор информации о человеке может вестись только с его согласия, но если нечего скрывать, то такое согласие будет получено.

В любом случае руководителю или ответственным за набор персонала сотрудникам фирмы следует провести с кандидатом определенную работу. Прежде всего, нужно предложить кандидату написать автобиографию и заполнить анкету с приложением отчетливых фотографий.

Обязательными реквизитами анкеты должны быть[51]:

- 1) фамилия, имя, отчество;
- 2) возможные изменения фамилии, имени или отчества с указанием даты и причины изменений;
- 3) дата и место рождения;
- 4) адреса и телефоны мест регистрации и фактического проживания;
- 5) уровень образования;

б) наличие ученых званий и степеней, научных и других публикаций;

Перечень учебных заведений, курсов и т. д., где анкетированный обучался или повышал квалификацию, с указанием сроков обучения в них, приобретенных специальностей, уровней квалификации, реквизитов полученных удостоверений или дипломов;

Сведения о прошлых местах работы с указанием названий и юридических адресов предприятий, структурных подразделений, адресов рабочих мест, должностей, сроков поступления и увольнения, причин увольнения, телефонов руководителей фирм, предприятий или подразделений, в которых работал кандидат;

Сведения о ближайших родственниках, в число которых необходимо включить супруга, детей, родителей (своих и супруга), родных братьев и сестер; сведения о родственниках должны включать фамилию, имя, отчество, дату и место рождения, место учебы или работы, место жительства, телефон.

В анкете должна быть запись о том, что кандидат все сведения о себе предоставляет добровольно и не возражает против сбора другой информации. Степень подробности анкеты зависит от уровня управленческой или материальной ответственности вакантной должности. После заполнения анкеты с кандидатом необходимо провести беседу, в ходе которой выяснить его пригодность для работы с точки зрения образования, стажа работы по специальности и т. п., то есть вопросы профессионального соответствия предполагаемой деятельности и перспектив успешной работы на рассматриваемой должности. С первой беседы с кандидатом начинается реализация профессионального отбора с точки зрения обеспечения безопасности предприятия: уточняются отдельные, наиболее значимые, сведения и ставятся конкретные вопросы о личностных особенностях, мотивации перехода на работу именно на данное предприятие, профессиональной ориентации, карьерных амбициях и некоторые другие. В ходе этого этапа на основе анализа документов, представленных кандидатом, а также данных, полученных через отдел кадров или службы безопасности (анкета, автобиография, заявление о приеме на работу, листки по учету кадров, рекомендательные письма, сведения о месте проживания и пр.), и результатов предварительного собеседования, появляется возможность отказать тем кандидатам, которые по формальным признакам явно не соответствуют требованиям, предъявляемым к будущим сотрудникам.]

Сбор и перепроверку биографических и иных сведений о кандидате можно заказать детективному агентству, которое, действуя на основании лицензии в рамках Закона «О частной детективной и охранной деятельности в Российской Федерации», имеет право использовать такие методы, как опрос, анкетирование, целевые беседы по месту жительства и на предыдущих местах учебы или работы кандидата, наведение справок в медицинских учреждениях и т. п. Но подобные мероприятия требуются, как правило, в случае приема на работу руководителей.

Неоценимую помощь в изучении кандидатов на работу могут оказать психодиагностические методики изучения личности.

Заключительной фазой работы с кандидатом является итоговое собеседование, в ходе которого, в случае хорошей подготовки к нему, выясняются все вопросы, оставшиеся недостаточно освещенными в процессе предыдущего изучения. По результатам итогового собеседования проводится окончательное ранжирование кандидатов по критериям предприятия и на этой основе делается выбор, заключается контракт с кандидатом.

## **Лекция № 8**

### **ПРОЕКТИРОВАНИЕ МЕР ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСТИНИЦ**

Финансово-экономическая безопасность гостиницы – это состояние защищенности предприятия, персонала, гостей отеля от угроз, способных нанести ущерб стабильности функционирования гостиницы, его финансово-коммерческому успеху, социальному развитию и в целом успешному функционированию на туристском рынке. Практически финансово-экономическая безопасность гостиницы равнозначна понятию его комплексной безопасности, так как любая из причин снижения уровня защищенности и любой ущерб приведут к снижению уровня финансово-экономической безопасности.

Система Финансово-экономической безопасности -это специально организованная совокупность мер и средств, обеспечивающих защищенность гостиницы, персонала, туристов от угроз, наносящих ущерб финансово-экономическому положению гостиницы, путем их предотвращения.

Объектами обеспечения финансово-экономической безопасности в отеле являются:

- А) финансовые средства (валюта, финансовые документы);
- Б) материальные средства (здания, сооружения, оборудование и т. п.);
- В) персонал (работники и руководители отеля);
- Г) гости.

Угрозы для финансово-экономической безопасности можно разделить на внутренние и внешние.

#### *Внутренние угрозы:*

– преступные или негативные действия работников отеля, в первую очередь финансовой службы (в том числе недобросовестное или некачественное выполнение своей работы);

– неправильное или разгильдяйское обслуживание и эксплуатация технических средств, оборудования, сооружений, зданий, несоблюдение правил хранения имущества;

– нарушение правил хранения и использования финансово-экономической информации отеля;

– другие нарушения, приводящие к уменьшению финансово-экономического потенциала предприятия.

Причинами внутренних угроз и негативного поведения сотрудников могут быть некомпетентность, небрежность, недобросовестность, конфликтные ситуации внутри коллектива, психологического или материального характера.

*Внешние угрозы:*

- ухудшение экономической ситуации в стране, в том числе из-за ошибок в политике правительства, стихийных бедствий, ухудшения климата, экологических катастроф, политических волнений и т. д.;
- организованная преступность;
- мелкие мошенники и преступники;
- предприятия-конкуренты;
- спецструктуры, занимающиеся подрывными экономическими акциями, в том числе использующие засланных работников и псевдотуристов.

Составляющими системы финансово-экономической безопасности являются: меры и средства ее обеспечения; гуманитарная составляющая (гости и персонал отеля), менеджмент.

Основные меры и средства по обеспечению финансово-экономической безопасности равнозначны мерам и средствам обеспечения комплексной безопасности отеля.

Гости и персонал отеля являются важной составляющей подсистемы финансово-экономической безопасности. Для отеля важна платежеспособность и честность туриста, особенно при электронных платежах.

### **Основные меры и средства обеспечения финансово-экономической безопасности отеля от внутренних угроз**

*Угрозы*

- 1 Преступные, злоумышленные действия работников отеля
- 2 Негативные действия работников отеля, вызванные непрофессиональной, недобросовестной, некачественной работой по обслуживанию гостей.

*Меры и средства:*

- 1 Эффективный менеджмент персонала, четкое и творческое выполнение функций планирования, организации, мотивации и контроля.
- 2 Постоянное обучение персонала и повышение квалификации, увеличение мотивации труда квалифицированного персонала.
- 3 Создание атмосферы непримиримости к негативным действиям работников.
- 4 Создание атмосферы благоприятного делового климата, гордости за свою профессию каждого сотрудника.
- 5 Регулярные и внезапные проверки персонала, строгий административный контроль.
- 6 Отлаженная, прозрачная, понятная для всех система назначений и увольнений за негативные действия и их повтор.
- 7 Мероприятия по обеспечению информационной безопасности

Для экономического комфорта безопасности гостя отеля большое значение имеют пунктуальность, скорость расчетов, система скидок, экономическая стабильность предприятия, стабильность цен.

Для персонала важна экономическая стабильность отеля и понятная стимуляция труда. Со стороны руководства отеля «Советский» к персоналу предъявляются достаточно большие требования по профессионализму, бдительности, лояльности и т. д. В связи с тем, что персонал является одной из главных угроз пожарной, информационной и других видов безопасности, менеджмент финансово-экономической безопасности в своих планах и действиях должен уделять этой гуманитарной составляющей большое внимание.

Основные меры и средства обеспечения финансово-экономической безопасности отеля от внешних угроз.

#### *Угрозы*

1 Мелкие мошенники и преступники.

#### *Меры и средства:*

- 1) использование технических средств как простых, так и технических систем обеспечения безопасности;
- 2) вооруженная охрана;
- 3) работа с персоналом по повышению бдительности и мотивация персонала;
- 4) взаимодействие с правоохранительными органами.

2 Организованная преступность и подрывные организации

#### *Меры и средства:*

- 1) контроль ситуации в регионе, анализ причин, интересов проникновения организованной преступности в отель, разработка предупредительных мер;
- 2) взаимодействие с УВД ФСБ, прокуратурой

3 Предприятия-конкуренты.

#### *Меры и средства:*

- 1) постоянный сбор и анализ информации о потенциальных и действующих конкурентах;
- 2) систематическое планирование предупредительных мер по борьбе недобросовестными конкурентами на основе анализа и выделения угроз и опасностей;
- 3) реализация ответных мер

4 Ухудшение экономической ситуации в стране из-за различных причин.

#### *Меры и средства:*

- 1) предварительный анализ возможных причин и установление предварительного плана действий в случае реальной угрозы
- 2) работа с органами власти, спонсорами, банками, крупными гостиничными корпорациями
- 3) антикризисный менеджмент
- 4) изучение зарубежного и отечественного опыта и использование его в поддержке необходимого уровня финансово-экономической безопасности.

Финансы отеля представляют собой систему экономических (денежных) отношений, связанных с формированием, распределением и использованием денежных средств (доходов и накоплений) в процессе их кругооборота. Финансы обеспечивают кругооборот основного и оборотного капитала отеля, характер его взаимоотношений с государством (госбюджет, налоговые органы) и с учреждениями финансово-кредитной системы (банки, страховые компании и др.).

Финансовый менеджмент – это управление финансами отеля, направленное на достижение стратегических и тактических целей его функционирования в условиях туристского рынка.

Главная стратегическая цель финансового менеджмента – достижение состояния высокоэффективного функционирования и конкурентоспособности, обеспечение экономического комфорта безопасности для гостей является составной частью общей цели менеджмента, заключающейся в достижении максимального предпринимательского эффекта за счет максимального удовлетворения потребностей гостей (первая из которых безопасность).

Управление финансами осуществляется посредством финансового механизма, который работает в результате выполнения взаимосвязанных функций планирования, организации, стимулирования (мотивации) и контроля использования финансовых ресурсов предприятия.

В выполнении этих функций финансового менеджмента вопросы обеспечения Финансово-экономической безопасности должны быть рассмотрены как главные:

1 При планировании необходимо отразить эти вопросы в разработке финансовой стратегии отеля, определении приоритетных задач, формировании ценовой политики, налоговом планировании.

2. При организации управления финансами вопросы безопасности должны быть составной частью:

А) взаимоотношений с внешней финансовой средой (поставщики, инвесторы, кредиторы, банки, страховые компании, бюджеты всех уровней), а также взаимоотношений между подразделениями отеля;

Б) процедур оптимизации финансовых ресурсов, так как затраты на обеспечение безопасности не могут превышать разумных пределов;

В) процедур разработки инвестиционной политики.

3 При мотивации персонала на сохранение и приумножение финансовых средств при обеспечении Финансово-экономической безопасности необходима разработка прозрачного и понятного механизма морального и материального поощрения.

4 Объектами контроля за обеспечением финансово-экономической безопасности прежде всего должны стать: торговые операции и сбыт услуг, движение денежных потоков и выполнение денежных операций, инвестиционная деятельность и реализация проектов, исполнение управленческих решений, в том числе в системе безопасности.

## Лекция № 9

# РАЗВИТИЕ И РЕГУЛИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В бывшем СССР развитие туризма берет свое начало со дня основания государства, когда идеологические догмы отделили его жителей от остального мира. В результате такой политики очень мало людей выезжало из страны, это были в основном дипломаты, люди, уезжающие по частным приглашениям к своим родственникам и друзьям. Кроме того, ограниченное число людей, выезжающих в составе туристских групп, как правило, в социалистические страны. В СССР прибывало также ограниченное число зарубежных туристов, 80 % в составе организованных туристских групп.

Однако в СССР активно развивался внутренний, социальный туризм по линии профсоюзов, стоимость которого составляла почти одну десятую часть цены, предлагаемой иностранным туристам.

Туризм в СССР не считался приоритетной сферой экономики, и ему была предназначена роль непромышленной индустрии. По этой причине капиталовложения в инфраструктуру международного туризма были очень низкими, хотя государство субсидировало развитие внутреннего туризма как части всей социальной политики. Следствием этого было ограниченное число иностранных туристов, прибывавших в страну. Положение стало меняться с началом перестройки в 1985 г. Тренд прибытий туристов показывает рост числа иностранцев, посетивших нашу страну.

В 1986 г. уровень прибытия сократился по сравнению с 1985 г. из-за черномыльской аварии. Тем не менее, рост прибытий в СССР продолжился до конца 80-х гг., а самое большое число иностранцев, посетивших страну, было зафиксировано в 1989 г. Затем он пошел на спад из-за политической и экономической нестабильности. После распада СССР и образования СНГ самый низкий уровень в регионе за весь период перестройки был зафиксирован в 1992 г. Но постепенно число туристов начало расти, и в 1995 г. Россию уже посетило 10 млн иностранных туристов. Больше всего иностранцев в Россию в 1995 г. прибыло из Финляндии, второе место занимала Польша. Гости из несоциалистических стран в конце 1980-х гг. составляли 1/3 всех приезжающих. В этом немалую роль сыграли бюрократические ограничения, связанные с визовым оформлением.

Политика ограничений международного туризма была присуща не только СССР, но и странам Восточной Европы, которые также уделяли мало внимания развитию международного туризма у себя, ограничиваясь развитием внутреннего туризма или обменом туристскими потоками между собой. Исключение составляла Югославия, которая в 1960–70-е гг. начала развивать индустрию отдыха, привлекая туристов с Запада.

Сначала в СССР, а потом и в России динамика численности граждан, выезжавших за границу, показывает, что в перестроечный период их число начало быстро расти с небольшим перерывом в 1992 г. В 1995 г. оно составило 21,3 млн человек против 2,8 млн человек в 1985 г. Если посмотреть тренд выехавших



в дальнее зарубежье, то наибольшее количество было накануне распада СССР, т. е. в 1989–1991 гг. Но даже эти показатели были меньше 1 % общего мирового туристского потока. После 1992 г. большая доля численности выехавших из России обеспечивается благодаря выезжавшим в ближнее зарубежье. Так в 1995 г. в дальнее зарубежье выехало всего 5,3 млн человек. В среднем, по оценкам экспертов, каждый российский турист за рубежом тратит 1,5 тысячи долларов, что в 2 раза больше среднемирового уровня расходов.

Если в конце 80-х гг. лидирующими странами по приему советских гостей были Польша, ГДР, Болгария, Финляндия, то в середине 90-х гг. лидерство захватила Турция, куда в 1995 г. выезжали 764 тысячи человек. Далее идут Финляндия, Польша, Германия и Китай.

У российских туристов популярны такие страны, как Италия, Испания, Греция, Кипр, Марокко, Тунис, Египет, которые предлагают нашим туристам и познавательный продукт, и пляжный туризм. Особенно большие потоки россиян в Турцию, Грецию, Китай, ОАЭ связаны с так называемым шоптуризмом, который в будущем, естественно, претерпит изменения со стабилизацией рынка потребительских товаров в России.

Индустрию международного туризма в СССР представляли Госкомитет «Интурист» и Бюро международного молодежного туризма «Спутник» ЦК ВЛКСМ, которые монопольно занимались организацией приемов иностранных гостей и отправкой граждан СССР за рубеж. Крупные гостиницы страны, принимавшие иностранных гостей, также принадлежали им. В Советском Союзе в начале 1990-х гг., по оценкам ВТО, предлагалось всего 32 тысячи номеров, из которых не все отвечали международным стандартам для приема иностранцев.

Гостиничный фонд состоял из трех основных видов:

- старые традиционные отели, построенные в прошлом и утерьявшие свой некогда роскошный облик;
- современные сооружения из бетона и стекла, но с меньшими удобствами, которые были предназначены для приема гостей из социалистических стран или внутренних туристов;
- новые гостиницы, построенные по международным стандартам.

Некоторые иностранные компании в начале 1990-х гг. входили в совместные предприятия с российскими учреждениями и участвовали в реконструкции и строительстве новых гостиниц в России, а также в управлении ими, например:

- французская гостиничная цепь «Аккор» – гостиницы «Софитель» и «Новотель»;
- британская группа «Интер-Континенталь Отелс», с 1991 г. представленная фешенебельной гостиницей «Метрополь» в центре Москвы;
- американская группа «Карлсон-Рэдиссон-Колони», участвовавшая в построении и управлении пятизвездного отеля в Москве «Рэдиссон-Славянская», а также в открытии в 1995 г. в Сочи «Рэдиссон-Лазурная»;
- группа «Пента» с 1991 г. представлена в Москве гостиницей «Олимпик Пента Ренессанс»;

– канадская группа ИМП Групп Лтд с 1991 г. представлена гостиницей «Аэростар».

Только в Москве начиная с 1990 г. планировалось строительство тринадцати гостиниц с участием крупнейших гостиничных цепей мира: «Шератон Корпорейшн», «Холидей Инн Уордвайд», «Оберой».

Кроме Москвы, Петербурга и Сочи, иностранные компании начинают проявлять интерес и к другим городам России, перспективным в деловом отношении.

В настоящее время все ещё наблюдается недостаток в предложении услуг в столицах и курортных зонах России, поэтому иностранные компании стремятся внедриться на этот рынок, чтобы извлечь выгоду. Однако, как и раньше, их сдерживают две причины: недостаточно четкое определение права собственности и несоответствие принципов и стандартов бухгалтерского учета западным.

2 С началом экономических преобразований сфера составления туристского продукта и его реализация в России кардинально изменилась, и сейчас её представляют иностранные компании. На рынке РФ по данным ГКФТ России, работает около 8 000 фирм, 6 000 из которых имеют лицензии на международную туристскую деятельность. Из них лишь 1,5 % используют иностранный капитал, а 0,3 % фирм основаны полностью на иностранном капитале. Значительное большинство российских туристских фирм специализируется на отправке туристов за рубеж. Они предлагают такие туристские продукты, как отдых у моря, шоптуры, познавательный туризм, поездки на обучение, бизнес-туризм, морские круизы.

Туристский бизнес в России находится в стадии институционального становления, формирования внутриотраслевых, межотраслевых, межрегиональных и внешнеэкономических связей. В полной мере это относится к процессу формирования туристской инфраструктуры, соответствующего сегмента рынка труда, системы государственного регулирования туристской деятельности.

Для решения этих проблем российское правительство 26 февраля 1996 г. утвердило разработанную ГКФТ России Федеральную программу развития туризма в РФ.

«Становление в России современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса как основной цепи программы связано с решением ряда актуальных задач, таких как создание нормативно-правовой базы и основ системы государственного регулирования туристской деятельности, формирование современного отечественного туристского рынка на основе развития конкуренции, углубления специализации и кооперации в работе туристских предприятий, обеспечение условий для развития различных видов внутреннего и въездного туризма, интеграции России в систему мирового туристского рынка и развитие международного сотрудничества в области туризма».

Программа проводилась в два этапа. Первый этап рассчитан на полтора года, для вывода туризма из состояния структурного кризиса, формирования правовых и организационных механизмов его защиты, а также предполагало

развитие материальной базы в рамках реконструкции и завершения строительства туристских объектов, расположенных в районах с наиболее высоким туристским потенциалом. В результате реализации первого этапа произошла стабилизация и постепенный рост внутреннего и въездного туризма на 4 % в год. К концу этого этапа в сфере туризма и сопряженных отраслей было создано 60 тысяч рабочих мест.

Второй этап, более продолжительный, чем первый, – с 1998 по 2005 г. – был нацелен на активное строительство новых объектов для размещения туристов и туристской инфраструктуры, модернизацию существующей материальной базы, также проведение широкомасштабной рекламной кампании по продвижению туристского продукта России на мировом рынке. В результате реализации второго этапа произошел дальнейший рост туристских потоков на 14–15 %.

В программе осуществлялись мероприятия по кадровому и научному обеспечению туристской индустрии. К 2000 г. была завершена работа по созданию современной системы подготовки кадров для сферы туризма.

В рамках рекламно-информационного обеспечения развития международного туризма были проведены следующие мероприятия:

- подготовка и создание базового пакета информационно-рекламных материалов о возможностях российского рынка;
- участие организаций в проведении международных туристских выставок;
- проведение рекламных кампаний в прессе с целью формирования положительного имиджа России;
- создание информационных банков данных об отечественных и зарубежных туристских фирмах;
- создание единой туристско-информационной сети на территории России, её интеграция с аналогичными международными сетями;
- реформирование сети заграничных представительств ГКФТ с целью придания им функций национальных рекламно-информационных туристских центров России за рубежом.

Для проведения всех перечисленных мероприятий по рекламно-информационному развитию международного туризма, кроме последнего, по программе выделялось на 1995–1997 гг. около 5,4 млрд руб. Для проведения последнего мероприятия 4,2 млрд долл. было распределено поровну по годам.

Членство России в ВТО, участие в генеральных ассамблеях, заседаниях исполкома и других мероприятиях, проводимых по линии ВТО, в указанный трехгодичный период обошлось по 100 тыс. долл. в год, а что касается участия России в организации и проведении международных туристских выставок, создании единого национального стенда, то на такое международное сотрудничество из казны пришлось выделить по 56 тыс. долл. в первые два года и 58 тыс. долл. в третий год.

Для столицы России московское правительство также разработало Концепцию развития международного туризма в Москве до 2005 г., согласно кото-

рой проведена реконструкция существующих гостиниц и построены новые на 38 тысяч гостиничных мест.

К 2005 г. число прибытий иностранных туристов в Москву достигло около 11 млн человек, валютные поступления при этом составили 2,4 млрд долл.

Для формирования нормативно-правовой базы развития туризма очень важным и своевременным стало принятие в конце 1996 г. Федерального закона о туризме. «Закон определил принципы государственной политики, которая направлена на установление правовых основ единого туристского рынка в РФ, на регулирование отношений, возникающих при реализации прав граждан на отдых, туризм и путешествие».

Приоритетным направлением государственной политики является развитие внутреннего и въездного туризма, социального и самостоятельного туризма, из которых первые два вида нацелены на устранение дефицита платежного баланса РФ.

В ближайшем будущем в России большое внимание будет уделено стимулированию инвестиционной активности в сфере туризма. Допускается возможность прямых государственных инвестиций с последующим возмещением реализации государственной собственности на фондовом рынке. А для привлечения частного капитала для строительства объектов индустрии туризма государство планирует освободить от налогов средства, направляемые на эти цели, а также от таможенных пошлин на импорт материалов и оборудования.

В целом индустрия туризма в России может возрасти за счет франчайзинговых договоров и контрактов на управление. Этот подход подразумевает следующую схему: государство владеет землей, приватизированная государственная гостиница или гостиничная компания владеет имуществом, а иностранная компания инвестирует деньги на реконструкцию или восстановление гостиницы, в дальнейшем возвращая их за счет доли в прибыли.

От делового туризма будет зависеть дальнейшее развитие высокоразвитых отелей в крупных городах. Согласно структурной теории спроса, в гостиничном бизнесе Клейнуорта-Бенсона страны Восточной Европы и бывшего СССР находятся в первой фазе, когда в экономике доминируют добывающие и производственные отрасли. Деловые путешественники в основном являются работниками служб маркетинга и сбыта разных учреждений. По мере роста сферы услуг, страны войдут во вторую фазу, и число бизнес туров увеличится. В третьей фазе, когда установлены корпоративные структуры в сфере услуг, количество деловых путешественников остается на высоком уровне, однако темпы роста ниже, чем во второй фазе. Для сравнения, континентальная Европа по этой теории входит во вторую фазу, а Великобритания – в третью. Это говорит об огромном потенциале делового туризма в России.

3 При всей неоспоримой привлекательности для туристов Россия использовала далеко не весь свой потенциал. Высокие цены – основной, но не единственный фактор, сдерживающий рост. С точки зрения туристов, основные жалобы в связи с пребыванием в России касаются продолжительности бюрократических процедур, цены визы и времени, необходимого для её приобретения,

некачественного сервиса и страха перед криминалом и террористическими актами.

Ситуация с внутренним туризмом. Данных о перемещении туристов внутри страны крайне мало, по различным оценкам, за год совершается 75–100 млн поездок. Доля россиян, проводящих свой отпуск внутри страны, составляет лишь 20 % в год. Тем не менее количество поездок внутри страны существенно ниже аналогичного показателя в Советскую эпоху. В те времена туризм как часть общественной жизни был широко распространен. Правительство принимало множество экономических мер для стимулирования туризма во время отпусков, а профсоюзы субсидировали работников, не имеющих собственных средств для путешествий. Сегодня такая поддержка со стороны государства практически отсутствует. Кроме того, за последние годы существенно выросла стоимость поездок внутри страны – по некоторым данным Российского Союза Туриндустрии, стоимость авиабилетов вновь возросла в 2004 г. почти на 20 %, а стоимость железнодорожных билетов выросла более чем на 30 %. В результате все большее число россиян направляется в отпуск за рубеж.

Поток туристов из страны превышает приток иностранных туристов в страну. Если количество въездов в страну в 2005 г. сократилось на 15 %, то количество поездок за рубеж возрастало в среднем на 9 %. При этом за последние два года рост данного показателя в процентах составлял даже двухзначные цифры. В 2004 г. количество въездов в страну составило 22 млн, количество выездов из страны 24,5 млн человек.

Поступления от международного туризма выросли в среднем на 9 % в год, а расходы россиян за рубежом увеличились в среднем на 15 % в год.

Из 22 млн визитов в Россию, совершаемых в год, 65 % составляет статья «другие частные» визиты. К этой категории относятся визиты к друзьям или родственникам VFR. Однодневные поездки с различными целями, такие как челночная торговля или шопинг, также входят в данную категорию. Источник остальных доходов, согласно данным ВТО – это визиты обслуживающего персонала, экипажей авиакомпаний, т.е. нетуристские визиты. Если исключить из анализа страны СНГ, то разбивка поездок по целям будет выглядеть несколько иначе. «Другие частные» визиты по-прежнему преобладают – 34,8 %, отдых – 30 %, деловые поездки – 24 %, остальные цели – 11 %. Доля деловых поездок не дооценивается, поскольку многие бизнесмены приезжают в Россию не по деловым, а по туристским визам, так как их быстрее и легче получить. Эта тенденция подтверждается и статистикой, предоставляемой гостиницами. В 2004 г. основными источниками приезжих, кроме стран СНГ, были Польша, Финляндия, Литва, Китай и Германия. Визиты из соседних стран были в основном однодневными, с целью шопинга или челночной торговли. В середине 2005 г. было подписано двухстороннее соглашение между Россией и Китаем о безвизовом режиме. Оно означает, что китайские туристские группы численностью не менее пяти человек теперь могут путешествовать по всем городам России, открытым для иностранцев.

### *Основные туристские направления*

Национальная академия туризма отмечает, что туризм развивается на менее чем 20 % территории страны. До 90 % иностранных туристов посещают Москву и Санкт-Петербург, иногда включая в программу Золотое кольцо – 14 исторически значимых городов, расположенных вокруг столицы. Лишь некоторые иностранные гости едут в круиз по Волге, и только немногочисленные искатели приключений отправляются на Байкал.

Жители соседних с Россией стран чаще посещают лишь приграничные зоны. Поэтому поляки и литовцы традиционно направляются в Калининград, а туристы из Китая и других стран Северо-восточной Азии, как правило едут на российский Дальний Восток – в такие города, как Владивосток и Хабаровск.

Более 50 % гостиничных номеров страны, или около 36 тысяч номеров сконцентрированы в Москве. Однако большинство этих номеров едва ли соответствуют международным стандартам качества обслуживания и обстановки. Лишь 8 тысяч из них отвечают современным требованиям, а из этого числа 4300 принадлежат гостиницам с брендовыми названиями. Гостиницы международных брендов в Москве 2005 г.: Балчуг Кемпински, Рэдиссон-Славянская, Новотель Аэропорт, Шератон Палас, Холидей Инн Виноградово, Националь Меридьен.

Несмотря на то, что Санкт-Петербург является столицей туристского отдыха России и привлекает большое количество туристов, гостиницы этого города способны предложить ещё меньше по сравнению с Москвой, отчасти из-за сезонных колебаний числа посетителей. В результате инвестиционная привлекательность города с точки зрения туризма существенно страдает.

Однако, если число иностранных компаний, работающих сейчас в Санкт-Петербурге или планирующих открыть там представительства, будет расти, то город, возможно, будет рассматриваться как один из наиболее выгодных в этом плане объектов. Сейчас в Санкт-Петербурге функционирует девять гостиниц международных брендов: Коринфия Невский Палас, Англетер, Астория, Рэдссон Роял, Гранд Отель Европа.

Санкт-Петербург надеется стать городом мирового класса, но стратегия роста пока неясна. Основная проблема Санкт-Петербурга – нехватка финансовых средств. При условии, что подобная ситуация изменится, Санкт-Петербург имеет все шансы стать через пять лет пятым по популярности городом Европы.

Почти 10 лет устойчивого роста выезда российских туристов за рубеж. Соседние страны, такие как Финляндия, Китай, Польша и страны Балтии привлекают значительную часть российских туристов, большая часть поездок совершается с целью шопинга или челночной торговли. Ситуация по отдельным странам отличается. Такая страна, как Польша, популярная у мелких торговцев, утратила существенную часть своей доли рынка. Эта тенденция будет продолжаться, поскольку теперь с мая 2004 г., россиянам требуются для въезда в Польшу, как страну ЕС. Если посмотреть на вопрос с другой стороны, с точки зрения тенденций роста, отражающих бум в страны «солнца и пляжа», то можно увидеть, что Турция и Египет захватили большую долю рынка. Основной

рост российского туризма за последние годы произошел по направлениям «солнце и пляжи», что видно по Турции, Египту, Дубаю, Тунису и Таиланду. Это во многом связано с тем, что поездки россиян в эти страны не требуют виз. Некоторые бывшие восточноевропейские столицы, такие как Прага и Будапешт, стали чрезвычайно популярными направлениями отдыха россиян. А столицы и пляжи Западной Европы, главным образом – Франции, Италии, Испании и Великобритании, по-прежнему остаются в списке фаворитов, несмотря на необходимость получения въездной визы.

Итак, рейтинг посещаемых стран в настоящее время по количеству поездок: Финляндия, Китай, Турция, Эстония и Германия. Официальные данные Госкомстата по поездкам россиян в страны, не входящие в СНГ, показывают, что 44 % поездок совершается с целью отдыха, 32 % – по другим частным визитам, 13 % – с целью бизнеса.

*Перспектива на сегодняшний день.* Учитывая множество задач, стоящих перед индустрией туризма и путешествий в России, а также различные препятствия к её быстрому росту, очевидно, что увеличение числа поездок за рубеж будет по-прежнему превосходить приток иностранных граждан в страну и рост её внутреннего туризма, по крайней мере, до конца ближайшего десятилетия. Российские граждане, возможно, являются одними из самых активных приверженцев путешествий в мире, и потенциал роста российского туризма по рейтингам туристских направлений сравним с Китаем и Индией. Важно и то, что теперь за рубеж отправляется не только российская элита, но и представители среднего класса.

Оставшемуся без помощи государства, российскому внутреннему туризму предстоит трудная борьба с серьезными конкурентами – Восточной Европой и рядом других стран. Если российское правительство возьмет ситуацию в туристской отрасли под свой контроль, установит приоритеты её стратегического развития, начнет работу с частным сектором, а также займется восстановлением необходимой инфраструктуры, то перспектива весьма оптимистична.

## **СОВРЕМЕННАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ И ПОНЯТИЙНЫЙ АППАРАТ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ**

**Дайте определения следующим профессиональным терминам:**

- 1 Критерии туриста. Экскурсант.
- 2 Внутренний и международный туризм.
- 3 Тенденции развития туризма.
- 4 Туристские ресурсы.
- 5 Туристская аттракция региона.
- 6 Стратегические альянсы.
- 7 Внутренние и внешние факторы развития туризма.
- 8 Статичные и динамичные аспекты эффективности туризма.
- 9 Туристский продукт.

- 10 Ресурсы туристского рынка.
- 11 Сегментирование туристского рынка.
- 12 Туроператорская деятельность.
- 13 Турагентская деятельность.
- 14 Инициативный туроперейтинг.
- 15 Рецептивный туроперейтинг.
- 16 Франчайзинговая схема.
- 17 Генерирующая страна.
- 18 Туристская дестинация региона.
- 19 Бальнеологический курорт.
- 20 Туристская индустрия.
- 21 Глобальные объединения.
- 22 Транснациональная компания.
- 23 Горизонтальная интеграция.
- 24 Вертикальная интеграция.
- 25 Интегрированные гостиничные цепи.
- 26 Гостиничные консорциумы.
- 27 Гостиничные семейства.
- 28 Таймшер.
- 29 Вторичные резиденции.
- 30 Концепция социального жилья.
- 31 Классификация гостиниц.
- 32 Модели гостиничных ТНК.
- 33 Способы государственного регулирования туристским спросом.
- 34 Методы государственного управления туристским предложением.
- 35 Теория спроса в гостиничном хозяйстве Клейнуорта-Бенсона.
- 36 Гостиницы международных брендов.
- 37 Франчайзинговые договора на управление между государством и частным капиталом.

## **ВОПРОСЫ К ПРАКТИЧЕСКИМ ЗАНЯТИЯМ (СЕМИНАРАМ)**

### **Раздел 1**

Сущность понятия «безопасность» в гостиничных предприятиях. Уровни организации безопасности в гостиничных предприятиях. Управляющая и управляемая подсистемы международного уровня организации безопасности. Угрозы безопасности гостиницы, их виды и классификация.

### **Раздел 2**

Система комплексной безопасности гостиничного предприятия. Тактические аспекты концепции безопасности гостиничного комплекса. Организационные меры обеспечения безопасности. Требования к персоналу службы безопасности.



### Раздел 3

Направления деятельности службы безопасности гостиницы. Обеспечение охраны гостиницы. Меры обеспечения комплексной безопасности гостиницы. Обеспечение техники безопасности, пожарной безопасности, производственной санитарии. Мероприятия по сохранению имущества, здоровья и жизни проживающих в гостинице. Системы автоматизации обеспечения безопасности в гостиницах

## ИТОГОВЫЕ ЗАДАНИЯ ПО ОСНОВНЫМ ТЕМАМ ДИСЦИПЛИНЫ

### Раздел 1

Раскрыть следующие темы:

1 Комплекс мероприятий по обеспечению безопасности крупных гостиниц (250–300 номеров).

2 Требования к персоналу службы безопасности гостиницы, правила приема, увольнения, техническое оснащение, контроль.

3 Меры профилактики по предотвращению хищений в гостинице (номер, кухня, шведский стол, банкетный зал, конференц-зал).

4 Решить тестовые задания:

*1 С появлением денег и денежных отношений возникает следующее понятие безопасности:*

- a) безопасность материальных ценностей;
- b) безопасность финансовых средств;
- c) безопасность собственности;
- d) личная безопасность.

*2 На каком уровне менеджмента безопасности осуществляется формирование и реализация государственной политики и государственной программы по безопасности туризма:*

- a) международный;
- b) государственный;
- c) оперативно-производственный.

*3 В каком году проходила первая международная конференция по безопасности туризма и снижению рисков в путешествиях:*

- a) 1991 год; b) 2001 год; c) 1995 год; d) 2005 год.

*4 Первым документом, в котором нашли свое отражение вопросы безопасности туризма, стала:*

- a) Декларация Гаагской межпарламентской конференции по туризму;
- b) Хартия туризма;
- c) Международный пакт ООН о безопасности туризма.

5 Угроза нахождения ядовитых растений в зоне расположения отеля относится к:

- а) экономическим; б) биологическим; в) экологическим.

## Раздел 2

### Раскрыть следующие темы:

1 Комплекс мероприятий по обеспечению безопасности малых гостиниц 3 (20–30 номеров).

2 Обеспечение безопасности здоровья гостей в гостинице в местах общего пользования (сауна, солярий, баня, бассейн).

3 Комплекс мер по обеспечению безопасного питания гостей в гостинице.

4 Решить тестовые задания:

1 *Сотрудники службы безопасности являются:*

- а) объектом обеспечения безопасности;
- б) субъектами обеспечения безопасности.

2 *Устойчивое финансовое положение туркомплекса для туриста является:*

- а) Угрозой его безопасности;
- б) Экономической безопасностью;
- в) Экономическим комфортом.

3 *Кто не участвует в формировании государственной политики и соответствующей законодательной базы по безопасности туризма:*

- а) парламент; б) туристы; в) туроператоры; г) министерства; д) туристская ассоциация.

4 *Какая подсистема не входит в систему комплексной безопасности:*

- а) пожарная; б) физическая; в) психологическая; г) юридическая; д) информационная безопасность.

5 *Расположите следующие типовые мероприятия в порядке их использования при возникновении угроз:* а) нейтрализация б) предотвращение в) выявление г) уничтожение д) пресечение е) локализация ж) отражение.

## Раздел 3

### Раскрыть следующие темы:

1 Порядок действия службы безопасности и других служб при возникновении ЧП в гостинице (хулиганство, проникновение в номер, в зону).

2 Мероприятия по обеспечению электробезопасности гостиниц.

3 Мероприятия по безопасности в гостинице, разработанные на случай (наводнения, цунами, ураган, землетрясение).

4 Решить тестовые задания:

1 *Что не относится к функциям менеджмента безопасности:*

- а) мотивация; б) анализ; в) планирование; г) выявление.

2 *Что является стержнем всей системы обеспечения безопасности в туристском предприятии:*

а) эффективный менеджмент; б) система комплексной безопасности; с) маркетинг.

3 Составляющими системы безопасности являются: а) подсистемы кадровой, пожарной, психологической безопасности; б) подсистемы кадровой, правовой, финансовой, экономической безопасности; с) подсистемы национальной, информационной, экологической безопасности.

4 Формирование творческого, заинтересованного отношения к своей работе и работе по обеспечению безопасности относится к функции: а) организации; б) контроля; с) планирования; д) мотивации.

5 Совокупность специальных мер и средств, обеспечивающих безопасность туристского предприятия это: а) методы обеспечения безопасности; б) система комплексной безопасности туристского предприятия; с) функции менеджмента безопасности.

## **Раздел 4**

### **Раскрыть следующие темы:**

1 Особый режим работы службы безопасности при проживании и посещении вип-персон в гостиницах.

2 Экономическая безопасность и обеспечение коммерческой тайны в гостиницах, мероприятия.

3 Поддельные платежные документы в гостиницах и способы их распознавания.

4 Решить тестовые задания:

1 Укажите, какие задачи не входят в функцию планирования:

а) разработка стратегии ТП в обеспечении безопасности, согласованной с маркетинговой стратегией; б) оптимизация ресурсов ТП при решении задач обеспечения безопасности; с) анализ экономических факторов, влияющих на полноту и эффективность осуществления менеджмента безопасности.

2 В чьи обязанности входит обеспечение безопасности туриста и его имущества во время пребывания туриста в стране: а) транспортного предприятия; б) турфирма принимающей стороны; с) экскурсионное бюро; д) турагентская фирма.

3 Кто является ответственным за обеспечение безопасности туристов во время туристских перевозок: а) туроператор-организатор путешествия; б) турагент; с) транспортное предприятие; д) экскурсионное бюро; е) турфирма принимающей стороны.

4 Первым документом, в котором нашли свое отражение вопросы безопасности туризма, стала: а) Декларация Гаагской межпарламентской конференции по туризму; б) Хартия туризма; с) Международный пакт ООН о безопасности туризма.

5 Угроза нахождения ядовитых растений в зоне расположения отеля относится к: а) экономическим; б) биологическим; с) экологическим.

## Раздел 5

### Раскрыть следующие темы:

- 1 Организация работы службы безопасности в гостинице.
- 2 Организация противопожарной системы безопасности гостиницы.
- 3 Требования по безопасности к зданию гостиниц, аудит безопасности.
- 5 Решить тестовые задания:

*1 Что не относится к функциям менеджмента безопасности: а) мотивация; б) анализ; с) планирование; d) выявление.*

*2 Что является стержнем всей системы обеспечения безопасности в туристском предприятии: а) эффективный менеджмент; б) система комплексной безопасности; с) маркетинг.*

*3 Составляющими системы безопасности являются: а) подсистемы кадровой, пожарной, психологической безопасности; б) подсистемы кадровой, правовой, финансовой, экономической безопасности; с) подсистемы национальной, информационной, экологической безопасности.*

*4 Формирование творческого, заинтересованного отношения к своей работе и работе по обеспечению безопасности относится к функции: а) организации б) контроля с) планирования d) мотивации.*

*5 Совокупность специальных мер и средств, обеспечивающих безопасность туристского предприятия, это: а) методы обеспечения безопасности; б) система комплексной безопасности туристского предприятия; с) функции менеджмента безопасности.*

### **Наименование тем, вопросов, вынесенных для самостоятельного изучения**

1 Назначение и содержание функций обслуживания и обеспечения при выборе средств перемещения туристов.

2 Условия размещения в номерах гостиницы.

3 Мероприятия по сохранению имущества, здоровья и жизни проживающих в гостинице.

4 Распознавание образа опасностей в средах обитания: количественные характеристик и координат опасности.

5 Требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов, предусмотренные ГОСТ Р-50644.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Закон Российской Федерации «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
- 2 Закон Российской Федерации от 5 марта 1992 г. «О безопасности».
- 3 Закон Российской Федерации от 10 июня 1993 г. «О стандартизации».
- 4 Федеральный закон от 27.12.2002 № 184-ФЗ «О техническом регулировании».
- 5 **Биржаков, М.Б.** Безопасность в туризме / М.Б. Биржаков, Н. П. Казаков. – М. : Герда, 2005.
- 6 **Вавилова, Е.В.** Основы международного туризма / Е.В. Вавилова. – М. : Гардарики, 2005.
- 7 **Веселов, В.П.** Охранные системы в гостиницах / В.П. Веселов // Охранные системы. – 2004. – № 2.
- 8 **Гаранин, Н.И.** Менеджмент безопасности в туризме и гостеприимстве : учебник / Н.И. Гаранин. – М. : Советский спорт, 2005.
- 9 **Гаранин, Н.И.** Менеджмент безопасности в туркомплексах. Актуальные проблемы туризма / Н.И. Гаранин. – М. : Герда, 2000.
- 10 **Игнатъев, И.М.** О роторных турникетах как средствах безопасности / И.М. Игнатъев // Охранные системы. – 2004. – № 2.
- 11 **Каурова, А.Д.** Организация сферы туризма : учеб. пособие / А.Д. Каурова. М.-СПб. : Герда, 2004.
- 12 **Карнаухова В.К.** Сервисная деятельность / В.К. Карнаухова, Т.А. Краковская. – М. : МАРТ, 2006.
- 13 **Ксенофонтов, М.С.** Как обезопасить себя и других / М.С. Ксенофонтов // Турбизнес. – 2005. – № 3.
- 14 **Литвинов, П.С.** Охранные системы сигнализации для отелей / П.С. Литвинов. – Ростов н/Д : Феникс, 2003.
- 15 **Одегов, Ю.Г.** Управление персоналом. Оценка эффективности / Ю.Г. Одегов, Л. В Карташева. – М. : Экзамен, 2004.
- 16 **Попов, С.Г.** Управление персоналом. Риски в кадровой работе / С.Г. Попов. – М. : Эксмо, 2005. – 288 с.
- 17 **Светлов, И.Д.** Современные средства наблюдения / И.Д. Светлов // Охранные системы. – 2005. – № 1.

18 **Сорокина, А.В.** Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах / А.В. Сорокина. – М. : ИНФРА-М, 2006.

19 **Шматько, Л.П.** Туризм и гостиничное хозяйство / Л.П. Шматько. – М. : МАРТ, 2005.

20 **Штюрмер, Ю.А.** Опасности в туризме, мнимые и действительные / Ю.А. Штюрмер. – М. : ФиС, 1983.

21 **Цыпкин, Ю.А.** Управление персоналом / Ю.А. Цыпкин. – М. : ЮнитиДана, 2001.

22 **Цвилюк, Г.** Школа безопасности, или Как вести себя в экстремальных ситуациях / Г. Цвилюк. – М. : Советский спорт, 2000.

23 **Чуйко, В.** Охранные системы в гостеприимстве / В. Чуйко // Охранные системы. – 2005. – № 3.

24 Экономическая безопасность предпринимательской деятельности / сост. Б.Н. Торяников, А.П. Красковский. – СПб. : ЗАО «ИАК», 2000.

25 **Харрис, Г.** Стимулирование международного туризма в XXI веке / Г. Харрис. – М. : Финансы и статистика, 2000. – С. 10–13.

26 Туризм и гостиничное хозяйство : учебник / под ред. А.Д. Чудновского. – М., 2000. – С. 76–77.

27 **Овчаренко, Н.П.** Организация гостиничного дела : учеб. пособие для бакалавров / Н.П. Овчаренко, Л.Л. Руденко, И.В. Барашок. – М. : Дашков и К, 2015. – 204 с. – (ЭБС «IPRbooks»).

28 **Руденко, Л.Л.** Технологии гостиничной деятельности : учеб. пособие / Л.Л. Руденко, Н.П. Овчаренко, А.Б. Косолапов. – М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2014. – 176 с. – (ЭБС «IPRbooks»).

*Учебное издание*

**Лазарева** Лилия Александровна

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ В ГОСТИНИЦАХ**

Печатается в авторской редакции  
Технический редактор Т.И. Исаева

Подписано в печать 20.11.17. Формат 60×84/16.  
Бумага газетная. Ризография. Усл. печ. л. 2,79.  
Тираж      экз. Изд. № 90364. Заказ      .

Редакционно-издательский центр ФГБОУ ВО РГУПС.

---

Адрес университета: 344038, г. Ростов н/Д, пл. Ростовского Стрелкового Полка  
Народного Ополчения, д. 2.