

предприятия в значительной мере зависит от его внутренних составляющих, а именно – конкурентоспособности его продукции.

Библиографический список

1. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия – Мн.: Новое знание, 2009. – 544 с.

2. Завьялов, П.С. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей // Маркетинг. – 2010, № 2. – С. 20-32.

Дурович, А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности - М.: Финансы, учет, аудит. 2009. – 464 с.

РАЗДЕЛ 4. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ В ТУРИЗМЕ

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ СТАНДАРТИЗАЦИИ, СЕРТИФИКАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ В ТУРИЗМЕ

Аникиенко Т.И.

Красноярский институт экономики, Россия, г. Красноярск

В статье рассмотрены правовые основы функционирования туристской отрасли, приведены основные проблемы соотношения нормативно-правовых актов.

Legal frameworks of functioning of tourist industry are considered in the article, basic problems over of correlation of normatively-legal acts are brought.

Одним из важных направлений развития экономики во всем мире является туризм. В России это тоже одно из приоритетных направлений и очень важных для населения. Не хлебом единым сыт человек. Поэтому хотелось бы акцентировать внимание на реформирование технического регулирования в России в области туризма.

В связи с вступлением России во всемирно торговую организацию (ВТО), открылось больше возможности сотрудничества с Европейскими и другими странами. Однако следует заметить, что нормативно-правовая база по некоторым вопросам не гармонизирована с международными требованиями. Да, много уже сделано в области законодательства. Но хотелось бы обратить внимание и на внутригосударственные нормативные документы в области стандартизации, сертификации и управления качеством в туризме.

Сегодня часто можно услышать термин – туристский продукт. Осмелюсь заметить, что согласно Общероссийского классификатора туризм относится к услугам, а не к продукции. В «Общероссийском классификаторе услуг населению» ОК 002-93 туристские услуги обозначены под кодом начиная от 060000 «Туристские услуги и услуги средств размещения для временного проживания туристов» и до 070000 «Услуги физической культуры и спорта».

Вышли новые национальные стандарты Российской Федерации в области туристских услуг. Их не так много, но они значимы как для потребителей, так и специалистов в области оказания туристских услуг. К основным стандартам можно отнести:

ГОСТ Р 50646-94 «Услуги населению. Термины и определения»;

ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения»;

ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»;

ГОСТ Р 50644-2009 «Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов»;

ГОСТ Р 53423-2009 (ИСО 18513: 2003) «Туристские услуги. Гостиницы и другие средства размещения туристов»;

ГОСТ Р 50681-2010 «Туристские услуги. Проектирование туристских услуг»;

ГОСТ Р 50690-2000 «Туристские услуги. Общие требования»;

ГОСТ Р 53997-2010 «Туристские услуги. Информация для потребителей. Общие требования».

ГОСТ Р 50645-94 «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц» (звездность) гостиниц отменена.

В области управления качеством в гостиничном бизнесе применяются гармонизированные международные стандарты серии ИСО 9000, в частности ГОСТ Р ИСО 9001-2011г. «Системы менеджмента качества. Требования Quality management systems – Requirements (IDT)». Этот стандарт универсальный и его можно применять в любой отрасли. Следует отметить, что применение в России международных стандартов носит так же добровольный характер.

Добровольное применение стандартов в России началось с принятия Федерального закона «О техническом регулировании» от 27.12.2002 № 184-ФЗ (далее - Федеральный закон № 184-ФЗ), который положил начало реформе технического регулирования в Российской Федерации. В результате государственная система технического регулирования претерпела кардинальные изменения.

Так, Федеральным законом № 184-ФЗ был окончательно закреплён действовавший с 1993 года принцип добровольности установления характеристик и свойств, определяющих качество. Государственные стандарты утратили статус нормативных документов, обязательных для применения. И только Технические регламенты обязательны для исполнения.

Планировался переходный период с 2003 года до 2009 год. За этот период должны были разработаны Технические регламенты, которые обязательны для исполнения для всех предприятий производящих продукцию и оказывающих услуги. Однако, за этот период вышло всего 24 Технические регламента, из них 4 по пищевым продуктам. Так, по состоянию 01.01.2013 года принято всего 4 технических регламента в статусе федеральных законов о безопасности отдельных видов пищевых продуктов: молоко и молочная продукция; соки и соковая продукция; масло и масложировая продукция; табачная продукция.

На услуги не вышло ни одного Технического регламента. Правда, готов проект технического регламента о туризме. То есть, ГОСТы носят добровольный характер, а Технические Регламентов нет по туризму.

На сегодняшний день разработка технических регламентов Российской Федерации вообще приостановлена. Сейчас разрабатываются Технические Регламенты Таможенного союза, в которую входит республика Беларусь, Республика Казахстан и Российская Федерация, в плане вступления Киргизии, Таджикистана.

В конце 2011 г. решением президентов трех государств создана Евразийская экономическая комиссия (далее по тексту ЕЭК), как единый постоянно действующий регулирующий орган Таможенного Союза (ТС) и

Единого экономического пространства. ЕЭК имеет статус наднационального органа управления, не подчиненного ни одному из правительств трех стран. Основной задачей ЕЭК является обеспечение условий функционирования и развития ТС и Единого экономического пространства, а также выработка предложений по дальнейшему развитию интеграции. ЕЭК переданы полномочия упраздняемой Комиссии ТС.

Основу нормативно-правовой базы Таможенного Союза составляют около 60 международных соглашений, заключенных на уровне правительств государств-участников. Законодательство Таможенного Союза состоит из большого количества документов и продолжает формироваться.

В сфере технического регулирования уполномоченным органом в России является Министерство промышленности и энергетики, в частности Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Росстандарт).

В ходе реформирования, обязательная сертификация всех услуг была отменена в 2002 году. В Постановлении Государственного комитета Российской Федерации по стандартизации и метрологии «О Номенклатуре продукции и услуг, подлежащих обязательной сертификации» и «Номенклатуре продукции, соответствие которой может быть подтверждено декларацией о соответствии» № 64 от 30.06.2002 г. туристские услуги и гостиницы не вошли в номенклатуру. То есть перешли в добровольную сертификацию, а то, что добровольно наши предприятия понимают хорошо. И за редким случаем проходят сертификацию услуг, но уже в системе добровольной сертификации.

Отменено лицензирование туристских услуг и гостиниц. В 2001 году вышел Федеральный Закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» в новой редакции от 04.05.2011 № 99-ФЗ. И в результате туристские услуги не вошли в перечень услуг подлежащих лицензированию.

И даже государственный контроль и надзор за оказываемыми услугами осуществляют контролирующие организации один раз в три года (ранее было один раз в два года) на основании Федерального закона «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» № 294-ФЗ от 26 декабря 2008.

Разделяют проверки на плановые, внеплановые и документарные. И обязательно проверка утверждается Генеральной прокуратурой Российской Федерации. Ежегодный сводный план проведения плановых проверок размещается на официальном сайте Генеральной прокуратуры Российской Федерации в сети Интернет в срок до 31 декабря текущего календарного года.

Казалось бы, все хорошо складывается для предприятий в туристском бизнесе и ГОСТы не обязательны для исполнения и сертификация с лицензированием отменены, и проверки один раз в три года, но вот резкого подъема в туристской индустрии нет. И компании это чувствуют, понимают, что оказываемые услуги не соответствуют международным правилам и нормам. Тем более, что Россия вступила в ВТО и правила игры на рынке диктуют

развитые страны, а Россия пока относится к развивающимся странам.

Хотелось бы поднять и еще одну проблему, это вопрос образовательной программы для студентов. К сожалению, в образовательную программу не входят вопросы изучения общественного питания, что, на мой взгляд, не совсем правильно. Какой отдых без питания? И специалисты в области туризма должны в совершенстве владеть стандартами и классификацией предприятий общественного питания. Должны, четко определять к какому типу, и классу относится предприятие оказывающее услугу питания. То есть определить соответствует ли ресторан, бар, кафе, столовая, буфет, кафетерии вывеске и требованиям к архитектурно-планировочным решениям, а так же оформлению предприятия.

Если нет в Федеральной компоненте, то нужно внести дисциплину как курс по выбору. И в этом я глубоко убеждена, думаю, специалисты со мной согласятся. Кстати, студенты не против такого нововведения.

Таким образом, современное состояние стандартизации и сертификации в России за последние годы претерпело большие изменения и предстоит еще много сделать по гармонизации нормативных документов с международно-правовыми актами.

Библиографический список

1. Федеральный закон от 24.11.1996 N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // «Собрание законодательства РФ», 02.12.1996, N 49, ст. 5491; (в ред. Федеральных законов от 10.01.2003 N 15-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 05.02.2007 N 12-ФЗ, от 03.05.2012)

2. ГОСТ Р 53522-2009 «Туристские и экскурсионные услуги. Основные положения»

3. ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. Средства размещения. Общие требования»

ИССЛЕДОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА МИНУСИНСКОГО РАЙОНА КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ

Каткова Т.В., Почкутова Л.Г.

Красноярский институт экономики, Россия, г. Красноярск

Анализ перспектив развития туризма на территории Минусинского района и исследование его туристского потенциала, на основе которого разработан программный тур историко-археологического характера.

Analysis of prospects for the development of tourism on the territory of Minusinsk district and study its tourist potential on the basis of which developed the software tour of the historical and archaeological nature.

На сегодняшний день туризм развивается большими темпами и является одной из приоритетных направлений в экономике, нацеленное на удовлетворение потребностей людей и повышение качества жизни населения.

Оценивая важность территории, специалисты в области туризма проводят исследование ее туристского потенциала. Современный туризм невозможен без учета особенностей размещения этих ресурсов, их количества и качества. От них зависят тип рекреационных услуг и специализация туристско-рекреационных комплексов в целом. Вследствие своего бурного роста туризм в России стал объектом научного исследования, в котором изучению туристских ресурсов принадлежит ведущее место.

Объектом исследовательской работы выступает туристский потенциал Красноярского края, а предметом – туристский потенциал Минусинского района. Целью исследовательской работы является анализ туристской отрасли Минусинского района и перспектив развития туризма на данной территории. В связи с поставленной целью были выделены задачи, выполняемые поэтапно.

Для начала необходимо отметить, что представляет собой понятие туристские ресурсы. Туристские ресурсы – это природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также объекты, способные удовлетворять духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил. Эти объекты составляют или могут составить основу туристского продукта.

На территории Красноярского края сосредоточен широкий спектр природных и рекреационных ресурсов. Большая площадь и протяженность региона с севера на юг обуславливают разнообразие туристских продуктов, которые регион может предложить потенциальным российским и иностранным потребителям. При этом следует отметить, что, несмотря на отсутствие федеральной поддержки отрасли края в виде особых экономических зон туристско-рекреационного типа, Красноярский край обладает высоким потенциалом развития туризма (к примеру, в соседних регионах Алтайского края, Иркутской области, Республик Алтай и Бурятия созданы 4 туристско-рекреационные зоны).

На следующем этапе работы мы рассмотрели современное состояние туристского потенциала Красноярского края. В продвижении нашего региона немаловажную роль играет участие в международных туристических выставках, которые позволяют представить возможности и перспективы развития туризма на территории Красноярского края в масштабах страны и мира.

Помимо участия в выставках по инициативе министерства спорта, туризма и молодежной политики Красноярского края был разработан и осуществлен ряд информационных туров в наиболее перспективные и привлекательные агломерации края. Целью проведения инфотуров является пропаганда туристских возможностей городов и районов Красноярского края, организация взаимодействия между туристическими компаниями и муниципальными образованиями, вовлечение всех заинтересованных организаций в деятельность по развитию туризма.

Все выше представленные мероприятия являются одним из наиболее эффективных инструментов, способствующих повышению

конкурентоспособности и росту регионального бизнеса, развитию инфраструктуры, созданию новых рабочих мест, внедрению инноваций и привлечению инвестиций, что благоприятно сказывается на увеличении налоговых отчислений и увеличении объёма валового регионального продукта (по данным министерства спорта, туризма и молодежной политики Красноярского края доля туризма в ВРП в 2011 году составил 0,29%).

После теоретического обоснования было проведено исследование туристского потенциала Минусинского района, на основе которого разработан программный тур. Одним из факторов, определяющих привлекательность данной территории, можно выделить его историко-культурное наследие. На территории Минусинского района расположено 69 объектов культурного наследия регионального (66) и федерального (3) значения. Вследствие этого, программный тур имеет историко-археологическое направление, целью которого является изучение истории и архитектуры города Минусинска, а также знакомство с культурой и бытом народов, проживавших на территории Минусинской котловины.

Маршрут первого дня тура проходит по старой части города Минусинска, где сосредоточено большое количество архитектурных памятников XVIII – XIX веков, сохранивших свой первозданный вид и некогда принадлежавших первым поселенцам приенисейского города. В список объектов показа нельзя не включить главную музейную достопримечательность – Краеведческий музей им. Николая Михайловича Мартыанова. Экспозиция музея включает коллекцию археологии – собрания Минусинской бронзы, каменных изваяний, писаниц и др. предметов, а также коллекцию этнографии.

Второй день тура посвящен местам археологических раскопок. На юго-восточном берегу озера Малое Кызыкульское была найдена стоянка древнего человека периода неолита, где сохранился инвентарь, представленный предметами из керамики, а также найдены останки сгоревшего бревенчатого сооружения окуневской культуры, датированной XVIII – XIII веками до н.э. Под п. Тесь до сих пор проводятся археологические раскопки, уже найдены каменные руины и картинная галерея.

Одной из главных археологических достопримечательностей Минусинской котловины является Шалоболинская писаница – это памятник федерального значения. Место найденных древних петроглифов, охватывающих период от неолита до этнографической современности, включено в программу тура.

В списке посещаемых мест третьего дня значится курганное поле близ с. Кавказское, где расположены могильники скифской эпохи. Не менее интересной для посещения туристами является гора Суханиха около п. Николо-Петровка. Это красивейшее место является частью Енисейских ворот, образованных священными горами: Тепсей, Оглахты и Куня. На обратном пути в Минусинск туристы посетят курганную группу под д. Быстрая – это место захоронения тагарской и карасукской культур.

Необходимо отметить, что все объекты показа расположены в относительной близости от города Минусинска, что дает возможность

осмотреть все достопримечательные места, затрачивая небольшое количество времени и сил в пути.

В заключение отметим ограничения развития туризма на исследуемой территории. Слабо развитая инфраструктура туризма не дает возможности использовать имеющиеся потенциалы эффективной и доходной отрасли, в связи с этим рекреационная зона Минусинского района требует особого внимания и привлечения инвестиций для организации эффективного туристического бизнеса.

Эффективное функционирование туристического комплекса образует новую сферу занятости населения, будет способствовать вовлечению в оборот местных ресурсов, развитию сельскохозяйственного комплекса – поставщиков продовольствия для пунктов питания туристов, сделает отрасль источником доходов, которые могут быть использованы на дальнейшее развитие туристической инфраструктуры, содействовать развитию народных промыслов, производству товаров туристического назначения и так далее.

Библиографический список

1. Балабанов И.Т. Экономика туризма. Учебное пособие/ И.Т.Балабанов, А.И.Балабанов. - М: Финансы и статистика. 2003. – 176 с.
2. Бутова Т.Г. Туристско-рекреационный потенциал развития Красноярского края, статья
3. Данные отчетности за 2011 год, предоставленные министерством спорта, туризма и молодежной политики Красноярского края.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА РОССИИ

Портных А.В.

ФГБОУ ВПО Югорский государственный университет, Россия,
г. Ханты-Мансийск

Данная статья посвящена актуальным вопросам системы стандартизации в РФ. Изучены объективные проблемы применения стандартов, а так же перспективы их внедрения в общественную жизнь. Рассмотрены проблемы и пути решения стандартизации в туристской отрасли.

This article is dedicated to topical issues of standardization system in the Russia. There were objective problems of standards studied, as well as prospects for their application in social life. There were considered the problems and solutions of standardization in the tourism industry.

Сегодня изготовитель и его торговый посредник стремятся поднять репутацию торговой марки, победить в конкурентной борьбе, выйти на мировой рынок. Они заинтересованы в выполнении как обязательных, так и рекомендуемых требований стандарта. В этом смысле стандарт приобретает

статус рыночного стимула. Таким образом, стандартизация является инструментом обеспечения не только конкурентоспособности, но и эффективного партнерства изготовителя, заказчика и продавца на всех уровнях управления. Стандартизация основывается на последних достижениях науки, техники, практического опыта и определяет прогрессивные, а также экономически оптимальные решения многих народнохозяйственных, отраслевых и внутрипроизводственных задач, способствует усилению их целенаправленности и быстрейшему внедрению научных достижений в практическую деятельность. Итак, переход страны к рыночной экономике с присущей ей конкуренцией, борьбой за доверие потребителей заставляет специалистов коммерции шире использовать методы и правила стандартизации, метрологии и сертификации в своей практической деятельности для обеспечения высокого качества товаров, работ и услуг [6].

Существующие проблемы стандартизации во многом обусловлены переходным периодом реформирования в области технического регулирования и являются сдерживающим фактором в достижении поставленных перед стандартизацией стратегических целей.

В первую очередь, это относится к низкой эффективности стандартов для экономики страны из-за отставания научно-технического уровня стандартов от современных достижений науки и техники и замедления темпов гармонизации национальных стандартов с международными стандартами.

Наблюдается также устойчивая тенденция снижения качества разработки национальных стандартов в результате отсутствия серьезных научных исследований в области стандартизации и притока новых профессиональных кадров, как в технические комитеты, так и в научно-исследовательские организации по стандартизации.

Низкая активность промышленности и общественных кругов в национальной и международной стандартизации, низкая управляемость секретариатами технических комитетов привели к тому, что стандарты не всегда являются документами требуемого уровня консенсуса.

В результате национальные стандарты как инструмент технического регулирования не получили надлежащей оценки при разработке стратегий экономического развития Российской Федерации, формировании и реализации федеральных целевых программ, организации закупок для государственных нужд, реализации программ государственного кредитования и обязательного страхования.

Снижение участия России в разработке международных стандартов привело к тому, что в них в должной мере не отражены интересы России, что затрудняет продвижение отечественных технологий и наукоемкой продукции на мировые рынки.

Низкий уровень обновления фонда национальных стандартов объясняется отсутствием ряда факторов и в первую очередь: авторского права на стандарты и их распространение; эффективного экономического механизма разработки стандартов.

В результате стоимость стандартов определяется исключительно

себестоимостью их издания и распространения и не учитывает затраты на их разработку, что практически не позволяет осуществлять разработку стандартов за счет средств, получаемых от их распространения. Кроме того, механизм «возвратного финансирования» процесса разработки национальных стандартов отсутствует в бюджетном законодательстве.

Тот факт, что около 80 % действующих сегодня в России стандартов фактически являются межгосударственными стандартами, сроки обновления которых существенно превосходят сроки разработки и обновления национальных российских стандартов, и лишь 20 % фонда составляют национальные стандарты Российской Федерации, принятые в одностороннем порядке Россией для обеспечения своих национальных интересов, приводит к тому, что фонд российских стандартов не в должной мере обеспечивает потребности промышленности [6].

В последнее время все большее внимание уделяется вопросам стандартизации и сертификации, особенно в части установления и регулирования национальных стандартов. Учитывая последние изменения в законодательстве, понятие стандартизации претерпело принципиальные изменения. Новый подход, по сравнению с отменяемым Законом «О стандартизации», заключается в следующем: он устанавливал, что первой целью стандартизации является обеспечение безопасности продукции, работ и услуг для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества. Федеральный закон «О техническом регулировании» устанавливает, что целью стандартизации является повышение уровня безопасности жизни и здоровья граждан, имущества, экологической безопасности, жизни и здоровья животных и растений и содействие соблюдению требований технических регламентов. Именно в этом заключается принципиальное различие этих двух законов [1].

Вопросы обеспечения безопасности жизни, здоровья граждан, имущества и охраны окружающей среды отныне находятся в ведении технических регламентов. Но в регламентах устанавливаются только минимально необходимые требования, рассчитанные с учетом допустимой степени риска причинения вреда потребителю (ст. 7 ФЗ № 184-ФЗ). Все, что выходит за минимально необходимые требования технических регламентов по обеспечению безопасности, применение которых обязательно, может и должно устанавливаться в стандартах, применение которых основывается на добровольной основе. Это второе принципиальное различие двух законодательных актов.

На сегодняшний день все действующие (пока) стандарты в туристской сфере подлежат значительной переработке в соответствии с новыми целями и новыми принципами стандартизации. Во-первых, отныне они должны именоваться не государственными, а национальными стандартами. Во-вторых, должна быть изменена преамбула стандартов в том смысле, что в ней должно быть указание на добровольный принцип использования приведенных в стандарте требований и характеристик. Третий и главный момент – должен измениться сам предмет стандартизации частично из-за изменения подхода к изложению проблем безопасности (не обеспечение безопасности, а повышение

требований к безопасности сверх указанных в технических регламентах), а в основном из-за изменения объектов стандартизации. Так, например, в системе туризма отсутствуют стандарты с требованиями, правилами и характеристиками организации и выполнения основных видов туроператорской и турагентской деятельности: разработки туров, их продвижения и реализации, но зато существует фактически неиспользуемый в практической деятельности стандарт по проектированию туристских услуг (ГОСТ Р 50681–94). Но в настоящее время Росстандарт на основе существующих приоритетных направлений развития туризма, целевых долгосрочных программ и концепций, реализовал комплекс мер по разработке и внедрению ряда национальных стандартов в сфере туризма: ГОСТ Р 54604-2011 Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования; ГОСТ Р 54602-2011 Туристские услуги. Услуги инструкторов-проводников. Общие требования; ГОСТ Р 54600-2011 Туристские услуги. Услуги турагентств. Общие требования и т.д.

Возвращаясь к главной цели стандартизации - повышению конкурентоспособности - она может быть достигнута, если в разрабатываемых стандартах будут отражаться прогрессивные научно - технические требования. Поэтому цели стандартизации, провозглашенные в ст. 11 Федерального закона «О техническом регулировании» следует рассматривать и как основные направления деятельности. Следует отметить, что выполнение работ по стандартизации туристской деятельности весьма трудоемко и довольно дорого. Тем ни менее, в том случае, чтобы обеспечить функционирование системы отрасли в рамках установленного законодательства, то стандарты должны быть разработаны, потому что стандарты являются основой для подтверждения соответствия. Если не будет стандартов, то подтверждение соответствия невозможно [1].

Говоря о положительном влиянии национального стандарта, который устанавливает требования по обеспечению безопасности жизни, здоровья, имущества туристов при совершении путешествий (ГОСТ Р 50644 - 2009 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов), следует отметить качественные характеристики. Благодаря установленным стандартам «соответствия», участники туристского процесса обязаны на добровольной основе следовать прописанным требованиям по качеству и процессу предоставляемых услуг. На самом деле, звучит парадоксально – «Обязаны», но на добровольной основе. Здесь возникает вопрос, как добровольные действия могут быть обязательными к исполнению? Именно в этом мы видим одну из главных проблем для внедрения и реализации национальных стандартов.

В научно-технических изданиях нередко применяется словосочетание «добровольный стандарт». В Федеральном законе «О техническом регулировании» этот термин звучит как «добровольное применение стандартов» (ст. 12) или «Исполнение на добровольной основе требований к продукции» (ст. 1). Добровольное применение стандартов означает, что его добровольно выбирают. Такую добровольность можно сравнить со вступлением в политическую партию: если добровольно вступили, то обязаны

соблюдать устав, программу и т.д. Таким образом, стандарт доброволен по форме, но обязателен по содержанию.

Также к одной из главных проблем национальных стандартов можно отнести объекты стандартизации. В данном случае особую роль играет услуга, ведь именно она представляет немалую трудность в силу своей специфики. Как известно, не все характеристики услуг могут быть выражены количественно.

Ассортимент услуг постоянно увеличивается за счет новых, и органы стандартизации просто не справляются с этим объемом работы. В итоге российские специалисты вынуждены пользоваться зарубежными стандартами. И в результате возникают реальные практические проблемы.

Во многом, трудности стандартизации услуг связаны с их спецификой, явным отличием услуг от любой продукции.

Среди таких специфических качеств услуг можно назвать: услуги, в отличие от продукции, являются процессом; неотъемлемой частью оказания услуги являются люди - осуществляющие эту услугу; в процессе оказания услуги ее производство, потребление и транспортирование (трансляция) происходят одновременно; услуги в большинстве случаев бывает неосязема; услуги бывают сиюминутными, их невозможно сохранить для дальнейшей продажи другому клиенту.

Именно указанная неосязаемость услуг и вызывает некоторые трудности в процессе стандартизации услуг в нашей стране. Как можно говорить о качестве услуг, если ни сам клиент, ни представители какого-либо контролирующего органа не в состоянии оценить, как была осуществлена услуга. Часто услуга просто не может быть оказана клиенту до ее исполнения. А выгоды от предоставления услуги могут быть совершенно призрачными.

Очевидно, что для услуг необходимо большее разнообразие видов стандартов по сравнению с предусмотренными Государственной системой стандартизации. В сфере услуг нужны стандарты, устанавливающие требования к предприятиям - исполнителям услуг для оценки их по категории, к персоналу - для оценки мастерства исполнителя.

Подведя итог, можно резюмировать, что национальный стандарт, как механизм повышения конкурентоспособности и регулирования качества предоставляемых услуг, товаров имеет место быть. Однако необходимо проработать пути их внедрения и последующего регулирования. Как мы видим из вышеперечисленных фактов, четкой системы и полного «пакета» законодательных актов, которые в совокупности дополняли друг друга, а не противоречили, в настоящее время не существует. Необходимо доводить информацию до потребителей о качестве и безопасности продукции и туристских услуг, соответствии их национальным стандартам. Проработать механизмы внедрения стандартов в общественную среду, ссылаясь на них в договорах на реализацию туристских услуг, в рекламной продукции, на стойках администрации в отелях и туркомплексах, уголках информации и т.д. Тем самым мы и вернемся к принципу «добровольно – обязательно», что может вызвать положительную реакцию участников процесса и напрямую отразиться на потребителях услуг.

Библиографический список

1. Федеральный закон Российской Федерации от 27.12.2002 N 184-ФЗ «О техническом регулировании».
2. Федеральный закон Российской Федерации от 07.02.92 №2300-1 «О защите прав потребителей».
3. Федеральный закон Российской Федерации от 10.06.93 №5154-1 «О сертификации продукции и услуг».
4. Лактионов Б.И. «Метрология, стандартизация и сертификация» - Москва: Высшая школа, 2007.
5. Мишин В.М. «Основы стандартизации, метрологии и сертификации» - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2007.
6. Ребрин Ю.И. «Управление качеством»: Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.
7. Официальный сайт Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии: www.gost.ru

ДЕТСКИЙ ТУРИЗМ В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

Рачицкая Е.В., Почекутова Л.Г.

Красноярский институт экономики, Россия, г. Красноярск

Анализ детского туризма на территории Красноярского края. Описание инновационного проекта туристских мероприятий на базе молодежного палаточного лагеря «Енисейский меридиан».

Analysis of children's tourism in the Krasnoyarsk Territory. Description of the innovative project of tourist activities on the basis of the youth camp "Yenisei Meridian."

Под детским туризмом понимается вид туризма, потребителями услуг которого являются дети в возрасте 7-17 лет, отправляющиеся в путешествие с целью отдыха, оздоровления, образования и др. целями в сопровождении руководителя туристской группы или инструктора-проводника.

Исследуя литературные источники за 2012 год, в Красноярском крае функционирует 5 учреждений дополнительного образования детей туристско-краеведческой направленности и 60 многопрофильных учреждений дополнительного образования детей края, в которых действует 502 туристско-краеведческих объединения, 393 туристско-краеведческих объединения действует в общеобразовательных школах края.

В туристско-краеведческую деятельность в 2012 году включено более 98 тысяч учащихся края, в туристско-краеведческих походах приняло участие 5309 человек.

Детский туризм в Красноярском крае как дополнительное образование возглавляет Краевой центр детско-юношеского туризма (с 2005 года он называется «Центр туризма и краеведения»), который находится по адресу ул. Карла Маркса 118.

Кроме краевого центра детским туризмом в крае занимаются Дом детского и юношеского туризма и экскурсий (г. Канск), «Центр детско-юношеского туризма» (г. Минусинск), «Станция детского и юношеского туризма и экскурсий» (г. Норильск), и др.

В своём исследовании мы рассмотрим детско-юношескую спортивную школу №1 г. Красноярска, которая в рамках спортивных мероприятий занимается спортивным туризмом через организацию полевых лагерей.

Преддипломная практика была пройдена на базе данной спортивной школы.

В рамках исследований по направлению спортивного туризма было выявлено, что в течение 3 лет школа организует полевой палаточный лагерь «Енисейский меридиан». Организовывается он в летний период на территории п. Кедровый. В программе лагеря заложено несколько блоков мероприятий:

- туристские мероприятия (экспериментальные площадки по начальной туристской подготовке, мероприятия по спортивному ориентированию)
- спортивные мероприятия (полиатлон, пейнтбол, рукопашный бой и др);
- психологические мероприятия (тренинги по сплочению коллектива, развитию лидерских качеств, интеллектуальные и деловые игры);
- развлекательные мероприятия, вечера знакомств, театральные и другие конкурсы.

Участниками лагеря становятся подростки Красноярского края в возрасте от 14 до 17 лет. Путевка в лагерь используется как поощрение и предоставляется подросткам, посещающим спортивно-туристические, военно-патриотические, поисковые клубы и другие объединения по профилю лагеря.

Цель программы данного лагеря – посредством организации теоретической и практической подготовки ознакомить подростков с основами туризма, самообороны, создание условий для приобщения к занятиям военно-прикладными видами спорта.

На основе вышеизложенного предлагаем вам проект спортивного детского туризма на базе лагеря «Енисейский меридиан» под названием «Робинзон».

Программа рассчитана на подростков 12-17 лет. Предполагает активное десятидневное проживание ребёнка в нестандартной обстановке полевого туристского лагеря.

Цель разработки данного проекта – это добавление и упор именно на туристские мероприятия (обустройство бивака, походы, сплавы, ориентирование, и др)

Программа «Робинзон» предполагает отстранение лагеря от цивилизации. Ранее лагерь организовывался относительно близко к населенному пункту, что отвлекало детей от природы. На базе проекта «Робинзон» дети создают свой островок, на котором создается орган самоуправления, избираются дежурные, помощники, даже почтальон. (Особенность жизни лагеря в данном проекте – функционирование «полевой почты»).

Основные подпрограммы, по которым и проводятся туристские мероприятия на базе лагеря:

1. Установка палатки
2. Укладка рюкзака
3. Вязание узлов
4. Спуск-подъем
5. Преодоление препятствий
6. Техника безопасности
7. Костёр
8. Спортивное ориентирование
9. Экология
10. Первая медицинская помощь
11. Походная кулинария.

Распорядок дня детей в рамках проекта «Робинзон»

8.00	подъем
8.10	зарядка, утреннее окурание
8.30	сбор сводного дежурного отряда «Форпост»
8.35	утренние режимные моменты, приборка палаток
8.55	утренний сбор отрядов по бивакам
9.00	завтрак
10.00	утреннее собрание дежурных командиров, сбор других групп инструкторов, уборка территории биваков
11.00	Школа туризма (туртехника, ориентирование, установка палатки, медицина, скалодром, походная кулинария и др)
14.00	обед
15.00	время тишины: послеобеденный отдых, занятия по выбору, интеллектуальные игры, беседы о путешественниках, изыскателях, туристах, купание
16.00	полдник
16.30	спортивные соревнования, подвижные игры, веревочный курс, тренировки на турполигоне и скалодроме
19.00	ужин
19.45	итоговый сбор сводного дежурного отряда «Форпост»; отрядное время, подготовка к вечерним делам
20.00	вечерняя досуговая программа
21.30	отрядное время, подведение итогов дня
22.15	вечерний чай
22.40	подготовка ко сну
23.00	время тишины; экскурсии по звездному небу; ночные встречи у костра

Изучив отзывы детей о лагере «Енисейский меридиан», следует ввести еще одно нововведение - каждый год лагерь проекта «Робинзон» будет иметь свой неповторимый колорит и тематическую направленность («Поиск клада», «Остров приключений», «Робинзон Крузо», «Следопыты» и др.). Многие ребята ездят в «Енисейский меридиан» ежегодно, поэтому следует разнообразить программу мероприятий для того, чтобы каждый их приезд был для них интересным и неповторимым. Смена тематики не предполагает затрат (конечно кроме затрат фантазии организаторов).

Проект «Робинзон» также предполагает организацию лагеря на

различных территориях края, включая пос. Кедровый.

Новшества проекта заключается и в том, что по итогам освоения программы ребята будут получать свои самые первые туристские награды (значки, медали и т.п.). Награды будут получаться детьми и за победу в конкурсах (конкурсы навыков организации быта, ежедневные конкурсы туристских поделок, конкурсы на самый оригинальный костюм из подручных средств). Ведь, как известно, дети очень любят соревноваться и получать публичную оценку своего труда.

Первоначальная программа мероприятий лагеря «Енисейский меридиан» в целом итак довольно насыщенная, но всё же имеет больше спортивную и военно-патриотическую направленность. Увеличение именно туристских мероприятий – это, так скажем, основная задача проекта «Робинзон». Новшества в данном проекте также касаются организационных моментов, развлечения детей, уклада жизни лагеря.

На осуществление проекта в целом требуется около 250 000 рублей. Учитывая, что наполняемость смены – 80 человек.

Эти средства необходимы для оплаты питания детей, приобретения необходимого оборудования, обновления стареющего туристского инвентаря и оплаты труда педагогов и обслуживающего персонала и на прочие расходы.

Планируемые источники финансирования проекта: бюджет разных уровней, конкурсные средства государственных структур и общественных фондов, родительские взносы, труд добровольцев, спонсорские отчисления, благотворительные пожертвования.

Следует ожидать, что вовлечение подростков и молодых людей в занятия туризмом с раннего возраста приведет к увеличению их потребности в туристских поездках и путешествиях в более зрелом возрасте. Кроме того, развитие детского туризма должно привести и к увеличению числа молодых людей, решивших сделать туризм своей основной профессией, то есть решить проблему подготовки туристских кадров, которая сегодня также стоит достаточно остро.

Принимая во внимание, что будущее поколение страны в современных экономических условиях не должно терять нравственные ориентиры, скатываться в криминальную среду, алкоголизм и наркоманию, перед российским государством и обществом сегодня стоят первоочередные задачи вернуть молодому поколению прекрасный мир детского туризма и развивать его во всех формах и видах.

ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ТУРИСТА

Старикова Е.В., Майорова М.И.

Красноярский институт экономики, Россия, Красноярск

В статье рассмотрены основные права и обязанности, возникающие у туристов, выезжающих за пределы РФ.

Basic rights and duties, arising up for tourists driving out outside Russian FEDERATION, are considered in the article.

Многие туристы считают, что, посещая чужую страну, они не обязаны соблюдать правила поведения, установленные в этом государстве. Все, кто попадает в неприятные ситуации за рубежом обычно оправдываются "А я не знал.", "Нам не говорили...". Порой, даже то, что запрещено в нашей стране, русские туристы пытаются проделать за границей, и это приводит к очень безрадостным последствиям. Как же вести себя в чужой стране, чтобы и с хорошими воспоминаниями, но и без происшествий вернуться на родину.

В настоящей статье мы планируем рассмотреть права и обязанности туристов, выезжающих за пределы Российской Федерации.

Согласно общепринятому определению, турист - посетитель, осуществляющий хотя бы одну ночевку в коллективном или частном средстве размещения в посещаемом месте. В соответствии с рекомендациями ВТО к категории туристов относятся также члены экипажей иностранных воздушных и морских судов, проводящие не менее одной ночевки в средствах размещения страны пребывания во время ремонта судов или смены экипажа.

К категории туристов не относятся и не учитываются в статистике туризма следующие путешественники:

- лица, осуществляющие поездки в пределах своей обычной среды (совершающие регулярные поездки между домом и работой или учебой; приграничные работники);

- лица, меняющие место жительства (долговременные мигранты, планируемое пребывание которых в посещаемом месте или стране превышает 12 месяцев;

- лица, переезжающие на новое место жительства внутри страны);

- лица без определенного места жительства (кочевники, бродяги, беженцы);

- лица, путешествующие в места осуществления оплачиваемой деятельности (временные мигранты - планируемое пребывание в посещаемом месте или стране составляет 12 месяцев или менее; сезонные рабочие; лекторы, артисты; гувернантки);

- прочие лица, не учитываемые в статистике туризма по традиции (транзитные пассажиры - при незаконном въезде в принимаемую страну; военнослужащие).

Для более детального определения прав туристов, обратимся к классификации типов туристов, представленной немецким исследователем Г. Ган, он разделил туристов на следующие шесть типов: S-, F-, W-1, W-2, A- и B-типы.

S-тип (нем. Sonne, Sand, See - солнце, песчаный пляж, море) типичный отпускник, предпочитающий пассивный отдых на морских курортах, спокойствие и комфорт; избегает суеты, но приветствует контакты с приятными людьми;

F-тип (нем. FerneundFlirtorientierterErlebnisurLauber - отпускник,

предпочитающий поездки на дальние расстояния и флирт), этому типу свойственна тяга к беспрестанной смене лиц, событий, впечатлений; он будет проводить свой отпуск только там, где что-то происходит, так как медленное «прожаривание» на пляже в кругу семьи или в одиночку не для него; кредо такого туриста - общество, удовольствие, смена впечатлений; '

W-1-тип (нем. WaldundWanderorientiert - любитель лесных прогулок и походов) - отпускник, предпочитающий активный отдых, пешие походы и т.п. Его кредо - физическая активность на свежем воздухе независимо от погоды. На отдыхе он стремится к поддержанию хорошей физической формы, но профессионально спортом не занимается;

W-2-тип - скорее спортсмен, чем любитель. Выдерживает длительные и большие, вплоть до экстремальных, нагрузки. При выборе тура доминирует критерий «наличие условий для занятий хобби». Такие критерии выбора, как «ландшафт, культура, история», вторичны (например, летчик-любитель, страстный альпинист и т.д.);

A-тип (нем. Abentener - приключение) - любитель приключений. Риск, новые ощущения, испытание своих сил в неожиданных ситуациях, опасность - вот то, что определяет выбор цели путешествия у данного типа туриста;

B-тип (нем. BildungundBesichtigung - образование и осмотр достопримечательностей) - любознательные туристы. Данный тип подразделяется на три подгруппы: а) «эксперты», «коллекционирующие» посещаемые ими достопримечательности; б) «эмоциональные любители культуры и природы»; в) «специалисты», которые углубляют свои знания в определенных областях культуры, истории, искусства и т.д.[2;3]

У лиц, отправляющихся в путешествие, есть определенный список прав, которыми они имеют полное право пользоваться.

Первое, на что имеет право турист, это на необходимую и достоверную информацию о правилах въезда в страну временного пребывания, об обычаях местного населения, о религиозных обрядах, святынях, памятниках природы, истории, культуры, получение необходимой и достоверной информации о предлагаемом туре, состоянии окружающей природной среды, о безопасности в месте временного пребывания, а также и другую информацию, предусмотренную требованиями законодательства Российской Федерации. Этим правом, несомненно, нужно воспользоваться в первую очередь, решив куда либо отправиться. Полученная информация поможет избежать неблагоприятных, для путешествия ситуаций.

Так же существует право на свободу передвижения, свободный доступ к туристским ресурсам, с учетом принятых в стране ограничительных мер. При пользовании данным правом нужно четко знать, границы дозволенного, в противном случае последствия могут быть не самые благоприятные.

Обеспечение личной безопасности, своих потребительских прав и сохранности своего имущества, беспрепятственное получение неотложной медицинской помощи, данный пункт каждое государство обязано выполнять. При попадании в какую либо, из перечисленных, ситуаций, следует немедленно обратиться к гида, если не получается разрешить проблему самостоятельно.

Обеспечение в соответствии с настоящим Федеральным законом экстренной помощи за счет средств компенсационного фонда объединения туроператоров в сфере выездного туризма.

Возмещение убытков и компенсацию морального вреда в случае невыполнения условий договора о реализации туристского продукта туроператором или турагентом в порядке, установленном законодательством Российской Федерации. Если вы столкнетесь с такой проблемой, вы имеете полное право обратиться в суд.

Так же вы имеете право на беспрепятственный доступ к средствам связи. В XXI веке, с данным пунктом проблем возникнуть не должно, в обратном случае страна, в которой находится лицо, нарушает права туриста.

При начальной стадии сотрудничества с турфирмой, лицо имеет право на получение сведений о наличии лицензии на туристскую деятельность и сертификата у субъекта туристской деятельности, при предъявлении вышеуказанных документов, следует найти другую организацию.

Попадая в другую страну, лицо имеет право на пользование туристскими услугами без какой-либо дискриминации по основаниям расы, национальности, гражданства, пола, возраста, вероисповедания и иным основаниям.

Турист имеет право знать о религиозных взглядах, национальных особенностях места пребывания, знать текущую политическую обстановку, иметь представление о нестабильной военной или иной обстановке в стране.

Не редко возникают ситуации необходимости восстановления прав туристов, пребывающих в иностранных государствах, однако причиной данных прецедентов является несоблюдение самими туристами своих обязанностей, ниже мы рассмотрим требования, предъявляемые к туристам с позиции их обязанностей.[1;2;3;4;5;6]

Выполнять обязанности во время совершения путешествия, а так же включая транзит, должен каждый турист, дабы избежать неприятных случаев, что, несомненно, подпортит воспоминания о пребывании в чужой стране.

Соблюдать законодательство страны временного пребывания, уважать ее социальное устройство, обычаи, традиции, религиозные верования. Незнание правил поведения в стране не является весомым оправданием. Наказание в любом случае придется нести, поэтому, прежде чем что-то сделать, следует хорошо подумать.

Сохранять окружающую среду, бережно относиться к памятникам природы, истории и культуры в стране временного пребывания.

Соблюдать правила въезда в страну временного пребывания, выезда из страны временного пребывания и пребывания там, а также в странах транзитного проезда, а так же соблюдать во время путешествия правила личной безопасности. Не стоит давать повод окружающим причинять вам вред. Следует контролировать свои действия, находясь в чужой стране.

Так же необходимо соблюдать иные требования, предусмотренные действующим законодательством данной страны и международного сообщества.

При **несоблюдении данных норм**, лицо может привлечь к

административной и уголовной ответственности. При этом необходимо учитывать, что нормы зарубежных стран могут сильно отличаться от российских. Привлекаться к ответственности может и турфирма, которая допустила данные нарушения.[1;2;3;4;5;6]

Правила и обязанности каждой страны немного отличаются друг о друга, поэтому, прежде чем отправиться в другую страну, обязательно поинтересуетесь, как следует себя вести на ее территории. Необходимо как можно лучше изучить законы и правила поведения в этом государстве. Уважение чужой страны и почитание ее традиций и обычаев - лучший способ оставить в своей памяти только светлые воспоминания о посещаемом месте.

Библиографический список

1. Права и обязанности туриста [Электронный ресурс]www.base.garant.ru
2. Справочная информация [Электронный ресурс]www.keyb.ru
3. Права и обязанности туриста [Электронный ресурс]www.turbooks.ru
4. Правовое регулирование туристической деятельности [Электронный ресурс]www.gendocs.ru
5. Права и обязанности туриста [Электронный ресурс]www.progulkainfo.ru
6. Права и обязанности туристов [Электронный ресурс]www.ryazanreg.ru

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Старикова Е.В., Майорова М.И.

Красноярский институт экономики, Россия, Красноярск

В статье затронуты вопросы развития въездного и выездного туризма в РФ, его влияния на экономические показатели страны.

The questions of development of inbound and departure tourism in Russian FEDERATION, his influences on the economic indicators of country are affected in the article.

Туризм - это крупнейший сектор мировой экономики. К концу XX века он начал конкурировать с нефтедобычей и автомобилестроением по своим оборотам и доходам. Глобализация, информатизация, развитие транспортных средств в мире за последние два десятилетия придали туризму такую стремительную динамику развития, что туризм в ближайшие десятилетия может стать ведущей мировой отраслью. Однако по доходам от иностранного туризма Россия находится сейчас во втором десятке европейских стран. Доля туризма в валовом внутреннем продукте России ничтожно мала – около 1,5%, несмотря на то, что это страна с богатейшей историей и культурой.[2;4]

Среди иностранных туристов Россия не пользуется популярностью, т. к.

для того, чтобы посетить РФ, приходится затратить много денег, нервов и времени. Одними из главных причин непопулярности России у иностранцев являются:

Высокие цены на российские туры отпугивают туристов от посещения нашей страны. В данной области наш продукт как минимум дороже в два раза недельного тура в страны Восточной Европы или в Израиль. Иностранцы за те же деньги, что они бы потратили посетив Россию, могут слетать в Китай, где перелет обойдется им гораздо дешевле. Даже для россиян двухнедельная поездка в Турцию будет менее затратна, чем пятидневное посещение Санкт-Петербурга а так же других городов РФ. Проблема в том, что в России существует нехватка гостиниц туристского типа, что и влияет на цену проживания в них (к примеру, ночь в трехзвездочной гостинице стоит 200 долларов).

Так же большой проблемой для иностранцев является получение российской визы. К примеру, у европейских туристов есть выбор: поехать на выходные в Париж, Берлин, Черногорию или Лондон, или потратить уйму времени и денег на получение российской визы для путешествия, которое может быть короче, чем само ожидание визы.

Третьей проблемой является так называемая, регистрация. Иностранцам туристам приходится проходить регистрацию в каждом новом посещаемом ими городе. Этот факт отбивает желание иностранцев не только присоединиться к турам по Золотому Кольцу, но и посещать такие регионы, как Сибирь или Дальний Восток.

В РФ сервис находится на очень низком уровне, к примеру 3-х звездочная гостиница за рубежом практически ничем не отличается от 5-и звездочной гостиницы в России, однако цены в несколько раз выше.[1;4]

Русские туристы так же предпочитают отдых за границей отдыху в пределах своей страны. РИА Новости представили рейтинг препятствий развития внутреннего туризма в России. Результаты оказались следующими:

Из всех опрошенных 15,47% отдыхают за границей по причине отсутствия в стране нормального туристического сервиса, 15,17% недовольны высокими ценами на гостиницы. Так же россияне отказываются отдыхать в стране по причинам дороговизны поездок по России и отсутствия туристической инфраструктуры, а это 13,83% и 13,13%. Кроме этого отдыхающие боятся криминальных угроз(8,41%). Еще несколько показателей, отпугивающих русских туристов на родине- незаинтересованность гос-ва в развитии туризма в стране(7,97%), коррупция(7,48%), административно-бюрократические барьеры(6,45%). Так же отрицательное влияние на россиян оказывают туроператоры, незаинтересованные в развитии внутр. туризма(4,46%) и налоговые барьеры(2,66%), что и приводит к отсутствию интереса к стране среди самих россиян(4,46%).[3]

Это только некоторые факторы, которые отпугивают туристов от посещения РФ. Очень важно активизировать при поддержке экспертов мировой туристической индустрии процесс формирования современного российского турпродукта, ориентированного и на российских, и на зарубежных туристов. Необходимо

расширение ассортимента столичных туристских и экскурсионных программ, оптимизацию событийного календаря, развитие туристской инфраструктуры, взаимодействия гостиниц, туроператоров, турагентов и музеев, ведь бюджет страны мог бы значительно пополниться за счет туризма.

Чтобы повысить численность туристов в России, существуют следующие факторы, возможности, лежащие в основе международного туризма:

В туристском деле важны экономический рост и социальный прогресс, которые, несомненно, приведут не только к расширению объема деловых поездок, но и поездок с познавательными целями. Следует усовершенствовать транспорт (повысить комфортабельность, удешевить цену), что сделает возможными поездки для большинства людей, из разных слоев населения. Развитие сферы услуг и их удешевление будет способствовать заинтересованности туристов в посещении не только основных городов-достопримечательностей, но и дальних регионов страны. Так же важна реклама мест, в которых предполагается развитие туризма.

Упрощение пограничных формальностей так же стимулирует посещение страны туристами. Для внутреннего туризма следует так же повлиять на духовную жизнь граждан, т.е. повышение культурного и материального уровня, что повысило бы их познавательные и духовные ценности. Получение трудящимися более продолжительных отпусков тоже влияет на активную туристскую деятельность граждан.

Таким образом, важнейшие организационно-экономические проблемы будущего туризма в РФ можно свести к двум основным. С одной стороны, с ростом благосостояния российского общества увеличится объем выездного туризма, что, безусловно, повысит требовательность российского потребителя туруслуг к их качеству. С другой стороны, въездной туризм является важным источником валютных поступлений. Туризм оказывает воздействие на экономику практически по всем аспектам фундаментального определения этой сферы жизни общества.[1;2;4]

Туризм занимает важную роль **экономического роста** многих быстро развивающихся стран, туризм - канал перераспределения валового национального продукта между странами, которое не сопровождается вывозом товаров и услуг. Ведь туристы вывозят часть заработанных в других производствах средства, а так же создают в других странах новые рабочие места. Туризм способен оказывать активное влияние на экономику страны, в которой он развивается, на ее хозяйственную, социальную и гуманитарную основы. Развивая туризм в России, страна выйдет на новый уровень как в экономическом, так и в социальном смысле. Хотя в РФ туристические ресурсы и используются нерационально, но все же динамика развития туристического рынка России говорит о тенденциях к росту числа туристов, а иностранных – в частности.

Библиографический список

1. Проблемы развития туризма в России и пути их решения Симакина А., Шарафутдинова Л. [Электронный ресурс]www.ify.ulstu.ru
2. Основные проблемы развития туризма в России и за рубежом

Кулачинская А.Ю.[Электронный ресурс]www.moluch.ru

3. 11 препятствий развития внутреннего туризма в России [Электронный ресурс]www.rating.rbc.ru

4. Рыночное и государственное регулирование туризма Фролова Т.А. [Электронный ресурс]www.aup.ru

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО ИЗУЧЕНИЮ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ НА РЫНКЕ ГОРОДА КРАСНОЯРСКА

Тропынина И.Г.

Красноярский институт экономики, Россия, Красноярск

В статье рассматриваются вопросы относительно разработки мероприятий по изучению потребительского спроса на туристские услуги со стороны населения города Красноярска.

In article questions concerning development of actions on studying a consumer demand for tourist services are considered on the part of the population of city of Krasnoyarsk.

В условиях современного туристского рынка города Красноярска турфирмам следует быть гибкими и адаптивными к предпочтениям потребителей. Должны четко отслеживать изменения в предпочтениях потребителей, чтобы вовремя реагировать на них и оставаться конкурентоспособными.

Турфирмам важно проводить два типа исследований предпочтений потребителей. Текущие исследования, проводимые несколько раз в год с целью выявления всех перемен и тенденций, имеющих место на туррынке (даже незначительные изменения в окружающей фирмы среде могут повлиять на результаты управленческих решений). А также исследования, имеющие быть место раз в год, более масштабные и несущие в себе не только изучение предпочтений потребителей, но и привлечение потребителей предложениями, наиболее удовлетворяющими их желания.

Для проведения исследования предпочтений потребителей, следует выполнить конкретные мероприятия.

1. Разработка мероприятий исследования туристского рынка города Красноярска. Примером такого исследования должно послужить:

- изучение статистических данных из официальных источников;
- изучение данных из средств массовой информации с целью анализа тенденций развития в сфере туризма.

За последние 10 лет накопилось большое количество информации по туризму. Компетентные исследователи в области туризма должны быть хорошо знакомы с этими источниками и способами их исследования. Здесь важно уделять внимание анализу:

- существующих предложений на туристском рынке города;
- спроса на предложения всех туристских фирм города;
- изменений предпочтений потребителей на существующие предложения на рынке;

- наиболее эффективных способов продвижения услуг на рынке, форм и каналов сбыта;

- тенденции изменения цен.

2. Анализ предпочтений потребителей через личные продажи.

В данном случае каждой турфирме предлагается воспользоваться опросом своих клиентов. Так как личная продажа предполагает личный контакт менеджера с потребителем, то это будет являться колоссальным преимуществом, в связи с тем, что позволит провести непосредственную презентацию туристского предложения потенциальному потребителю, контролировать процесс коммуникации в режиме обратной связи и формировать индивидуальный подход к каждому потребителю.

3. Организация встреч с клиентами.

Встречи предлагается проводить в свободной форме в достаточно неформальной обстановке за чашечкой кофе, в ходе которой менеджеры должны будут рассказать об интересных предложениях, различных курортах, особенностях визового и таможенного оформления, а также других деталях, которые могут помочь сориентировать потребителя. В ходе бесед, посетители будут высказывать свои пожелания и отзывы о деятельности турфирмы. В конце встреч посетителям надо предлагать анкеты, состоящие из трех вопросов, касающихся их предпочтений и работы турфирмы в целом. Так же посетителям важно дарить информационные материалы с подробным описанием туристских направлений, красочными каталогами, а также приятными мелочами и сувенирами с символикой стран, которые они бы хотели посетить.

В ходе такой встречи присутствующие смогут убедиться в опыте и профессионализме сотрудников турфирмы. Фирма сможет выяснить предпочтения и выслушать пожелания клиентов, продемонстрировать индивидуальную работу с каждым клиентом – это цель теории продаж.

4. Обучение персонала на курсах повышения квалификации.

В связи с тем, что туризм представляет собой динамичную сферу человеческой деятельности и в процессе своего развития претерпевает множество изменений, менеджерам турфирм предлагается пройти курс повышения квалификации в специализированных учебных заведениях. Обучение позволит пополнить свои знания в области продаж в сфере туризма, в области взаимодействия с потребителями, ознакомиться с тенденциями в области туризма, а также опытом учета пристрастий туристов при продажах.

5. Участие в туристской выставке «Енисей».

Участие в выставке позволит:

- представить турфирмы в привлекательном свете для потенциальных потребителей и партнеров;

- изучить рынки сбыта и осуществить поиск новых рынков сбыта;

- расширить число клиентов;

- определить возможный спрос на новые предложения;
- изучить предложения конкурентов и возможный спрос на них;
- сформировать благоприятный имидж самих турфирм;
- заключить договора с туроператорами.

Во время работы выставки руководитель турфирмы, а так же менеджеры должны будут наблюдать, и делать правильные выводы: какие услуги пользуются наибольшим спросом у потребителей, как потребители в целом реагируют на фирменный стенд фирмы, на предложения туров и услуг, а также какие пожелания и вопросы они задают менеджерам.

Кроме того, руководителю турфирмы следует посетить выставочные стенды своих конкурентов. Это поможет уловить тенденции в развитии конъюнктуры рынка, оценить деятельность конкурентов, прояснить собственную позицию и позицию турфирмы. Контакт посетителей и специалистов с экспозицией фирмы очень непродолжителен, исходя из этого, должны будут проводиться работы по налаживанию коммуникаций с искомой целевой аудиторией.

Мероприятия по исследованию предпочтений потребителей предполагают следующий план проведения:

- 1) обозначить проблему исследований;
- 2) цели и задачи исследований;
- 3) сроки реализации мероприятий и ответственные за их проведение;
- 4) оценить ожидаемые результаты проведения мероприятий.

Актуальность исследования предпочтений потребителей определяется требованиями современного конкурентного рынка, где регулярное отслеживание изменения предпочтений потребителей является уже не просто конкурентным преимуществом, а острой необходимостью для обеспечения жизнеспособности турфирмы.

Главной целью исследования изменений предпочтений потребителей является обеспечение успешной конкурентной деятельности турфирмы в связи с учетом всех пожеланий и изменений, происходящих в потребительской сфере.

Основные цели исследования изменений предпочтений потребителей:

- 1) изучение мотивов, спроса и пожеланий потребителей;
- 2) привлечение новых клиентов в турфирму;
- 3) анализ результатов исследования и последующая их адаптация в деятельности турфирмы;
- 4) формирование положительного имиджа турфирмы у потребителей, как предприятия, учитывающего все пожелания и чутко относящаяся к своим клиентам.

Главными задачами в проведении исследований изменений предпочтений потребителей являются:

- 1) выявить факторы, влияющие на поведение потребителя;
- 2) проследить изменения, происходящие в предпочтениях потребителей;
- 3) предвидеть изменения в предпочтениях потребителей;
- 4) повысить лояльность клиентов турфирмы.

Оценка эффективности проведения мероприятий по изучению изменения

предпочтений потребителей обеспечит для турфирмы:

- полную информацию об изменениях во вкусах и предпочтениях потребителей;
- нахождение слабых мест в политике продаж турфирмы;
- внесение рациональных поправок к ведению своей деятельности;
- привлечение новых потребителей;
- создание имиджа турфирмы, заботящейся о своих клиентах;
- формирование предложений, наиболее удовлетворяющих предпочтениям потребителей;
- повышение конкурентоспособности на туристском рынке города Красноярска и удержание уже существующих позиций.

Результаты мероприятий по исследованию изменений предпочтений потребителей обеспечат успешное функционирование турфирме, откроют новые возможности взаимодействия с потребителями, а так же позволят рационально формировать предложения, наиболее удовлетворяющие постоянно изменяющимся предпочтениям потребителей. Рассчитаем затраты, необходимые для реализации предложенных мероприятий (см. табл. 1)

Таблица 1

Затраты, необходимые для реализации предложенных мероприятий

Наименование	Затраты, руб.
1	2
1. Детальный анализ существующих предложений на туристском рынке города	10000*
2. Анализ изменений предпочтений потребителей на существующие предложения на рынке	13000*
3. Анализ способов изучения предпочтений потребителей конкурентов турфирмы	14000*
4. Анализ наиболее эффективных способов продвижения товаров на рынке, форм и каналов сбыта	17000*
Итого:	54000

* по данным маркетингового агентства Brand Leader (юридический адрес: 660093, Россия, Красноярский край, г. Красноярск, ул. Семафорная, 261б)

Далее рассчитаем затраты, необходимые на реализацию мероприятий по обучению персонала и организацию встреч с клиентами (см. табл. 2).

Таблица 2

Затраты на реализацию мероприятий по обучению персонала и организацию встреч с клиентами

Наименование	Затраты, руб.
1	2
1. Краткосрочный семинар повышения квалификации персонала, турфирм: бизнес-семинар «Менеджмент туризма», продолжительность – 72 часа с выдачей государственного удостоверения о краткосрочном повышении квалификации	7400 (два менеджера)

1. Исследование туристского рынка города Красноярска	54000
2. Исследование предпочтений потребителей через личные продажи	Не требует материальных затрат
3. Организация встречи с клиентами	8000
4. Обучение персонала на курсах повышения квалификации	7400
5. Участие в выставке	23000
6. Проведение промо-акции	16200
Итого:	108600

После реализации мероприятий по изучению предпочтений потребителей ожидается, что турфирма получит полную информацию об изменениях во вкусах и предпочтениях потребителей и сможет рационально применить свои знания в своей деятельности, а так же привлечь новых клиентов. Реализация данных мероприятий позволит турфирмам повысить свою конкурентоспособность на туристском рынке города Красноярска и удержать уже существующие позиции.

Библиографический список

1. Закон РФ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (в редакции от 25.04.2012 № 12-ФЗ)
2. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2010. – 208 с.
3. Безрутенко Ю. В. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Академия, 2010. – 164 с.
4. Буценко И. Н., Вельгош Н. З. Менеджмент персонала. – М.: Юнити, 2009. – 130 с.
5. Дурович А. Маркетинговые исследования в туризме. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2010. – 384 с.
6. Жукова М. А. Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. – М.: Кнорус, 2009. – 192 с.
7. Зорин И. В., Каверина Т. П., Квартальнов В. А. Туризм как вид деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 288 с.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Барсукова М.А., Тропынина И.Г.

Красноярский институт экономики, Россия, г. Красноярск

В статье рассматриваются актуальные вопросы обеспечения безопасности в гостиничных предприятиях. В современных условиях функционирования гостиниц подходы к обеспечению безопасности должны носить системный характер включая организационно-управленческие мероприятия, техническую безопасность и организационно-техническую безопасность, как неотъемлемое условие перспективного развития гостиничного бизнеса.

In article topical issues of safety in the hotel enterprises are considered. In

modern operating conditions of hotels approaches to safety have to have system character including organizational and administrative actions, technical safety and organizational and technical safety, as the integral condition of perspective development of hotel business.

Вопрос безопасности в самом широком значении этого слова является одним из важнейших в жизни любого человека. Индустрия гостеприимства, как и вся сфера обслуживания в целом, основана на человеческих контактах, поэтому жизненно важные для человека вопросы не могут быть обойдены при оптимизации видов деятельности, включаемых в это понятие. Понимание значимости вопросов безопасности и их влияния на нормальное протекание основных процессов в гостиничной сфере позволит избежать многих ошибок и обеспечить лучшие экономические результаты предприятия.

В научной литературе существует множество подходов к понятию «безопасность» изучив их, можно сделать вывод, что понятие безопасности включает в себя не только защиту от криминальных посягательств, но еще в большей степени создание предупредительных мер обеспечения защиты от пожара, взрыва и других чрезвычайных происшествий. Эффективное решение этой проблемы требует системного подхода, основанного на анализе функционирования объекта, выявления наиболее уязвимых зон и особо опасных угроз, составления всех возможных сценариев криминальных действий и выработке адекватных мер противодействия. Комплексный подход предусматривает оптимальное сочетание организационных, технических и физических мер предупреждения и своевременного реагирования на любую опасную ситуацию. Ключевое значение приобретает правильный выбор технических средств и систем безопасности, их правильное проектирование, монтаж и обслуживание.

В современном российском праве, несмотря на то, что отдельные вопросы обеспечения безопасности гостиниц регламентируются на федеральном, региональном и местном уровнях, категории «безопасность гостиниц», «безопасность гостиничной деятельности» (гостиничной услуги) (далее - безопасность гостиниц) не имеют своего легального закрепления. На федеральном уровне отсутствует нормативный акт, который бы комплексно регулировал правоотношения в области обеспечения безопасности гостиниц.

Нормативно-правовая база обеспечения безопасности гостиничного комплекса определяет осуществление безопасности услуг средств размещения, посредством установления специальных требований, а также путем реализации мер безопасности в области:

- градостроительной деятельности;
- противопожарной безопасности;
- санитарно-эпидемиологического благополучия;
- антикриминальной безопасности гостиницы, в том числе путем обеспечения личной безопасности, охраны их персональных данных, физической защищенности, неприкосновенности частной жизни;

- сохранности имущества и багажа постояльцев;
- охраны труда работников гостиницы;
- охраны окружающей среды от негативного на нее воздействия в результате оказания гостиничных услуг, в том числе путем реализации ключевых принципов концепции устойчивого развития, а также требований энергоэффективности;
- охраны имущественного комплекса и оборудования гостиницы, обеспечения информационной, технической и иной безопасности, защиты коммерческой тайны, секретов производства и других имущественных прав и нематериальных благ владельцев гостиницы;
- повышения уровня культуры безопасности, а также квалификации персонала гостиницы, формирования у них навыков, знаний и умений в области обеспечения безопасности гостиниц в повседневных условиях и в чрезвычайных ситуациях;
- другие требования и меры безопасности, предусмотренные законодательством РФ, национальными стандартами и локальными актами гостиницы.

Многогранность сферы обеспечения безопасности клиентов и персонала гостиничного комплекса, также как и задачи в области защиты информации, требуют создания специальной службы, осуществляющей реализацию необходимого набора защитных мероприятий. Структура, численность и состав службы безопасности гостиницы определяются реальными потребностями гостиничного предприятия и его материальными возможностями. В зависимости от масштабов и мощности гостиницы деятельность по обеспечению безопасности гостей, персонала и самого гостиничного предприятия может быть реализована в различных вариантах» от заключения договоров на обслуживание силами специальных охранных предприятий до формирования собственной полномасштабной службы безопасности с развитой структурой

В качестве примера можно рассмотреть следующую структуру службы безопасности гостиницы (рис. 1)

Служба безопасности является самостоятельной организационной единицей, подчиняющейся непосредственно руководителю гостиницы (генеральному директору). Возглавляет службу безопасности начальник службы в должности заместителя руководителя гостиничного предприятия по безопасности, которому подчинены службы охраны, инспектор безопасности и служба противопожарной охраны.

Основной задачей службы безопасности гостиницы является «обеспечение безопасности гостиничного предприятия, включая в это понятие превентивные, организационные и ликвидационные мероприятия по предотвращению физических, финансовых и информационных опасностей и угроз гостям, персоналу, зданию и имуществу гостиницы». Основные положения, состав и организация службы безопасности имеют юридическую силу в том случае, если они соответствуют положениям, зафиксированным в

основополагающих правовых документах. Положения гостиничного предприятия должны быть оформлены в строгом соответствии с ними.

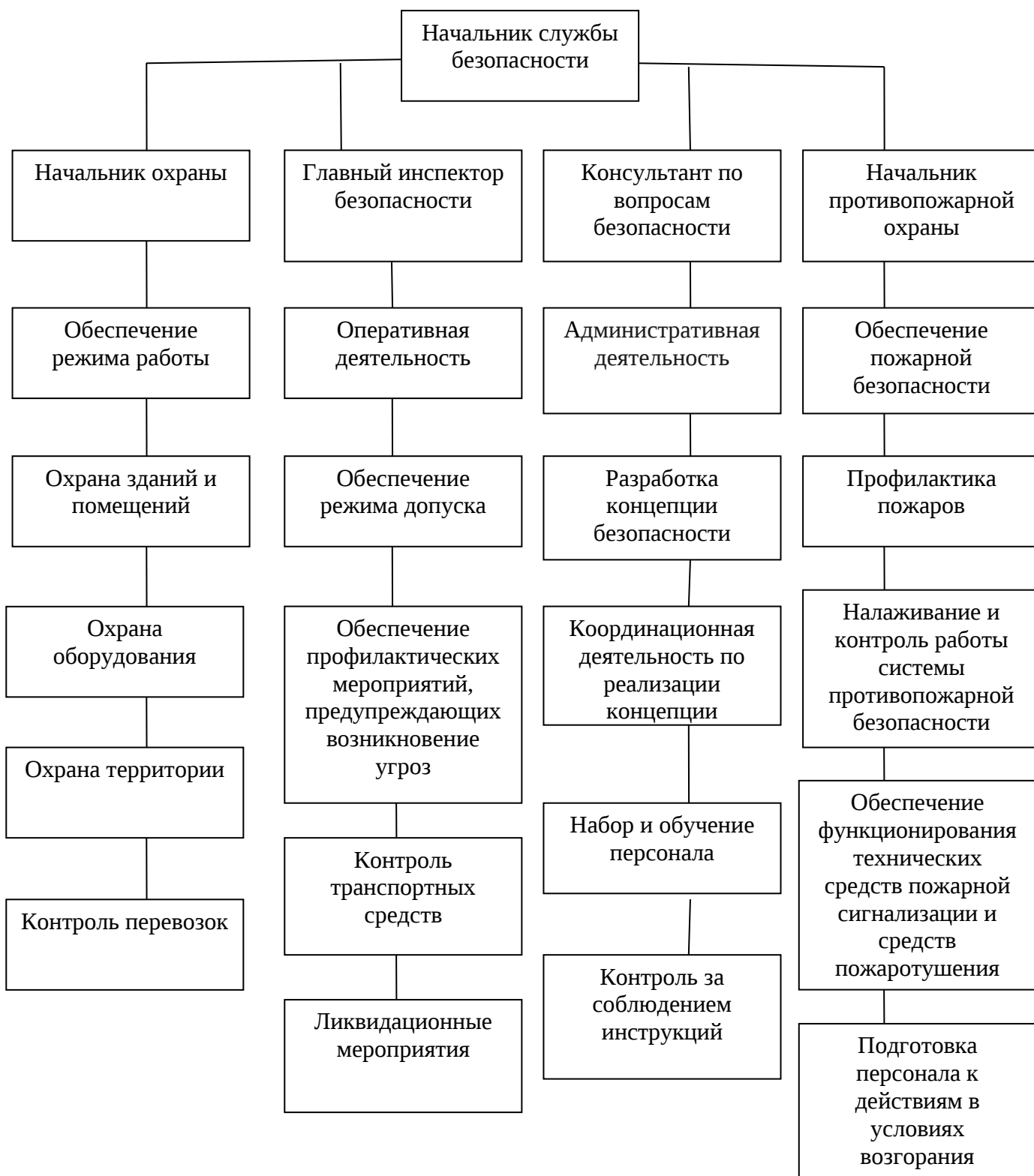


Рис. 1. Типовая структура и функции службы безопасности гостиницы

Вопрос обеспечения безопасности стоит для ООО «Австерия» на первом месте. Обеспечение безопасности клиентов и персонала ООО «Австерия», также как и задачи в области защиты информации, потребовали создания специальной службы, осуществляющей реализацию необходимого набора

защитных мероприятий. В основу деятельности службы безопасности ООО «Австерия» положены: Гражданский Кодекс РФ; Уголовный Кодекс РФ; Трудовой Кодекс РФ; Федеральные Законы «О безопасности»; «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей»; Закон РФ «О частной детективной и охранной деятельности»; Инструкции министерств и ведомств, касающиеся соответствующих видов деятельности; Устав ООО «Австерия», коллективный договор, трудовые договоры, правила внутреннего трудового распорядка, должностные обязанности руководителей и персонала ООО «Австерия».

Служба безопасности ООО «Австерия» выполняет функции поддержания порядка и безопасности. Безопасность имущества достигается за счет: инженерно-технической защиты объекта (технической укреплённости) и применения средств охранно-пожарной сигнализации, видеонаблюдения, контроля доступа, установленных в квартире. Техническая укреплённость подразумевает обеспечение стойкости квартиры к несанкционированному проникновению. Это относится к материалам, конструкции внешних стен, перекрытий, окон, дверей. Элементы конструкции наименее устойчивые к попыткам проникновения принято называть «уязвимые места». Причем уязвимость зависит от многих факторов, например, этаж, на котором расположена квартира или месторасположение дома (отдельно стоящий или нет).

Анализ нормативно-правового обеспечения безопасности ООО «Австерия» приведен в таблице 1.

Таблица 1

Анализ нормативно-правового обеспечения безопасности ООО «Австерия»

Необходимая документация	Наличие (отсутствие) документации в ООО «Австерия»
Инструкция по организации отдела режима и охраны (ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. средства размещения. общие требования», ГОСТ 12.0.004-90 ССБТ. «Организация обучения работающих безопасности труда. Общие положения»).	Инструкция имеется. Хранится у начальника службы безопасности.
Инструкция по организации допуска в гостиницу (ГОСТ Р 51185-2008 «Туристские услуги. средства размещения. общие требования»).	Инструкция имеется. Хранится у начальника службы безопасности.
Инструкция по соблюдению коммерческой тайны (Федеральный закон «О коммерческой тайне»).	Инструкция отсутствует.
Инструкция по работе с гостями и посетителями гостиничного предприятия (Федеральные законы «О персональных данных», «О противодействии терроризму»).	Инструкция имеется. Хранится у начальника службы безопасности.
Инструкция по организации хранения документов содержащих конфиденциальную информацию (Федеральный закон «О персональных данных»).	Инструкция отсутствует.
Инструкция по обеспечению инженерно-технической защиты систем жизнеобеспечения гостиницы (Федеральный закон «Технический регламент о безопасности зданий и сооружений»).	Инструкция имеется. Хранится у начальника инженерной службы.
Инструкция по противопожарной безопасности:	Инструкция имеется.

Федеральный закон «Технический регламент о требованиях пожарной безопасности», ГОСТ 12.1.004-91 ССБТ. Пожарная безопасность. Общие требования ГОСТ 12.1.019-79 ССБТ. Электробезопасность. Общие требования и номенклатура видов защиты. ГОСТ 12.1.033-81 ССБТ. Пожарная безопасность. Термины и определения. Приказ МЧС РФ «Об утверждении Норм пожарной безопасности «Обучение мерам пожарной безопасности работников организаций».	Хранится у начальника инженерной службы, в офисах ООО «Австерия», в квартирах ООО «Австерия».
--	---

Служба безопасности является самостоятельной организационной единицей, подчиняющейся непосредственно руководителю генеральному директору ООО «Австерия». Возглавляет службу безопасности начальник службы в должности заместителя руководителя ООО «Австерия» по безопасности. Организационно служба безопасности состоит из следующих структурных единиц: отдел режима и охраны, группа инженерно-технической защиты и противопожарной безопасности, группа обеспечения безопасности внешней деятельности, специальный отдел (рис. 2.).

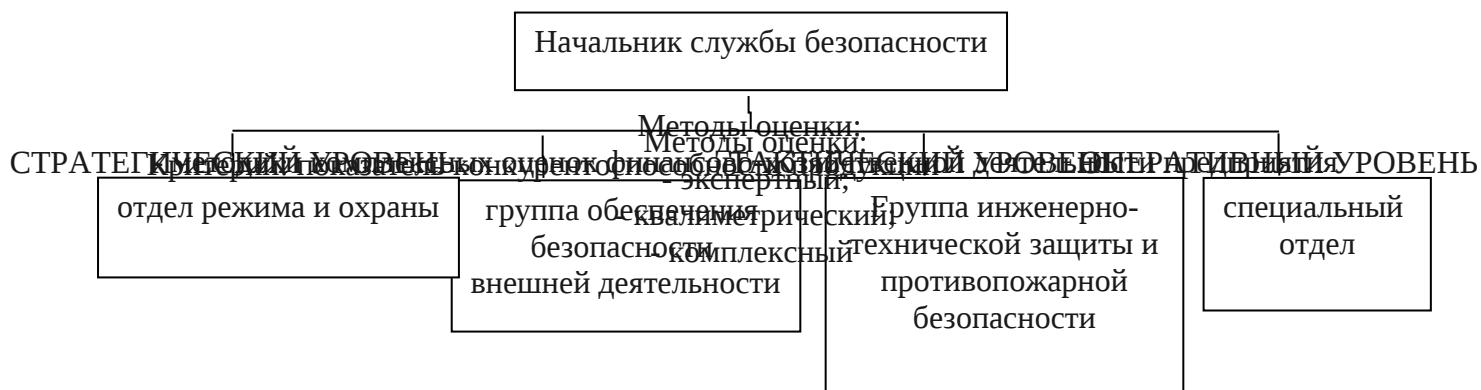


Рис. 2. Структура службы безопасности ООО «Австерия»

От генерального директора ООО «Австерия» Служба Безопасности получает устные и письменные распоряжения, утверждение должностных инструкций, разрешение на приобретение специальных средств охраны. От правоохранительных органов Служба Безопасности получает официальные документы (в установленных рамках) и информацию о совершенных правонарушениях и правонарушителях, необходимость которой устанавливают правоохранительные органы. Служба Безопасности представляет в правоохранительные органы сообщения о совершенных правонарушениях, служебную документацию. Начальник Службы Безопасности ООО «Австерия» самостоятельно решает все вопросы деятельности службы безопасности, отнесенные к его компетенции.

Основной задачей службы безопасности ООО «Австерия» в области обеспечения режима и охраны является организация и осуществление мер по обеспечению безопасной деятельности и защите имущества гостиницы и ее клиентов всеми возможными в конкретных условиях способами и средствами.

К числу факторов, влияющих на выбор приемов и средств охраны ООО «Австерия», относятся:

- возможные способы преступных посягательств на охраняемый объект;
- характеристика технической укрепленности охраняемого объекта;
- наличие и характеристики средств охранно-пожарной сигнализации;
- наличие уязвимых мест в технической укрепленности объекта, которые известны только охране и службе безопасности;
- условия местности, на которой расположен объект, а также его конструктивные особенности;
- режим и характер работы охраняемого объекта, его технологические характеристики, имеющиеся на объекте материальные и финансовые ценности;
- режим охраны объекта;
- количественные и качественные характеристики сил охраны;
- вооруженность и техническая оснащенность охранников, наличие у них автотранспорта, средств связи, сигнализации и специальных средств.

Таблица 2

Анализ технических требований к организации работы службы безопасности ООО «Австерия»

Необходимые требования	Реализация требований в ООО «Австерия»
<p>Служба безопасности гостиницы занимается следующими проблемами:</p> <ul style="list-style-type: none"> - разработкой процедур реагирования на чрезвычайные происшествия; - повседневной безопасностью гостевых комнат; - контролем ключей; - предотвращением краж, контролем за замками; - контролем доступа в здание гостиницы; - системой охранной сигнализации; - контролем территории; - наружным освещением; - системой наблюдения с помощью телемониторов; - сейфами и несгораемыми шкафами; - сбором и хранением информации. 	<p>Служба безопасности ООО «Австерия» занимается следующими проблемами:</p> <ul style="list-style-type: none"> - повседневной безопасностью гостевых квартир; - контролем ключей; - предотвращением краж, контролем за замками; - контролем доступа в квартиры; - системой охранной сигнализации; - сейфами и несгораемыми шкафами; - сбором и хранением информации.
<p>К организационным мерам обеспечения безопасности относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - специально разработанные системы регламентации поведения обслуживающего персонала и сотрудников, отвечающих за безопасность; - проведение мер по специальной подготовке персонала службы безопасности; - принципы организации порядка доступа и охраны различных категорий гостиничных номеров и служебных помещений; - регламентация действий сотрудников в экстремальных ситуациях. 	<p>К организационным мерам обеспечения безопасности ООО «Австерия» относятся:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструкция по кассовой дисциплине; - инструкция по организации хранения документов и денежных средств; - инструкция по пожарной безопасности; - регламентация действий сотрудников службы безопасности.

<p>Основные технические средства, используемые в процессе обеспечения безопасности гостиницы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - средства теленаблюдения; - средства регистрации событий; - средства пожарной сигнализации и пожаротушения; - средства охранной сигнализации и защиты от взлома; - системы контроля доступа; - средства ведения внутренних расчетов; - оборудование парковок (мест стоянки автотранспорта); - интегрирующие средства и системы. 	<p>Основные технические средства, используемые в процессе обеспечения безопасности гостиницы:</p> <ul style="list-style-type: none"> - средства пожарной сигнализации и пожаротушения; - средства охранной сигнализации и защиты от взлома; - системы контроля доступа; - интегрирующие средства и системы.
---	---

В гостинице в квартирах «Австерия» для определения характеристик строительных конструкций объекта и их влияние на уровень его безопасности применяется нормативный документ РД 78.36.003-2002 «Инженерно-техническая укрепленность. Технические средства охраны. Требования и нормы проектирования по защите объектов от преступных посягательств.

В ООО «Австерия» установлены современные надежные двери, которые изготовлены из высококачественной стали. Самые надежные хранилища - сейфы. Сейфы являются средством безопасности не только от хищений, но выручают и в чрезвычайных ситуациях: пожары, землетрясения, наводнения и т.д. Для этого существуют сейфы несгораемые и влагонепроницаемые.

В ООО «Австерия» установлены домофоны - электронное переговорное устройство, служащее для обеспечения безопасности жилых и рабочих помещений. Домофон позволяет человеку, находящемуся внутри здания, без непосредственного контакта с лицом, желающим попасть внутрь помещения, преградить или разрешить ему доступ внутрь.

Работа по пожарной безопасности в гостинице в квартирах «Австерия» организована следующим образом. Назначены лица, ответственные за пожарную безопасность, в каждом помещении. В квартирах установлен строгий противопожарный режим: определен порядок осмотра и закрытия помещений после окончания работы, проведения огневых работ, пользования электронагревательными приборами. За соблюдение противопожарного режима постоянно ведется контроль. Систематически проверяется состояние пожарной безопасности помещений, наличие и исправность технических средств борьбы с пожарами.

Итак, к основным средствам обеспечения безопасности ООО «Австерия» относятся надежные сейфы для хранения ценных вещей гостей, решетки на окнах и балконах, надежные двери, наличие домофона в каждой квартире, меры по обеспечению пожарной безопасности, услуги страхования жизни, здоровья и имущества.

Вопросы обеспечения национальной безопасности и ее отдельных аспектов являются важнейшей составляющей внутренней и внешней политики Российской Федерации, от эффективности которых в конечном итоге зависит жизнь и благополучие граждан России, надежное существование и

прогрессивное развитие гражданского общества, государства и его институтов. Поэтому не случайно в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации говорится о необходимости создания гражданам надежных гарантий личной безопасности, а также оказания им высококачественных и безопасных услуг.

Обеспечение безопасности ООО «Австерия» является необходимым условием обеспечения жизни и деятельности гостей, соблюдения их законных прав и свобод, эффективного функционирования системы управления, сохранения на необходимом уровне параметров среды обитания, развития социальной и духовной сфер личности. Практика и накопленный за опыт реализации задач по обеспечению безопасности неизбежно приводят к выводу о необходимости внедрения комплексного подхода в этой работе. Исходя из этого, обеспечить эффективное противодействие существующим и потенциальным угрозам можно только при учете особенностей каждой из них, а также специфики их проявления в единой системе деструктивных факторов. С целью решения проблем обеспечения безопасности ООО «Австерия» разработана Концепция, предусматривающая сочетание организационных, технических и физических мер предупреждения и своевременного реагирования на любую опасную ситуацию.

В целях совершенствования обеспечения безопасности в ООО «АВСТЕРИЯ» предлагаем программу мероприятий по повышению безопасности ООО «Австерия».

Блок 1. Обеспечение пожарной безопасности

Высокий уровень требований к безопасности в современном отеле диктует использование противопожарных систем самого передового класса. Главная задача данного блока - реализация условий, при которых клиенты ООО «Австерия» и сотрудники получают предупреждение о пожаре на ранней стадии его развития. Необходимо особо отметить, что главную опасность для гостиницы представляет возможность случайного или умышленного поджога. Чтобы избежать максимальных рисков, требуется решение данного вопроса в двух направлениях:

- разработка и внедрение адекватных организационно-технических мер противодействия пожару, что является одной из важнейших составляющих комплексной системы безопасности;

- использование современных средств обнаружения пожара, которые позволяют получать точную информацию о факте достижения контролируемого параметра, например концентрации (плотности) дыма в защищаемых помещениях.

Основные задачи, возлагаемые на систему пожарной безопасности:

- эффективное и своевременное обнаружение очага возгорания с точным указанием места;

- автоматическое оповещение службы безопасности, всех сотрудников и гостей ООО «Австерия» (а возможно, и службы городской пожарной охраны) о возгорании посредством системы оповещения и управления эвакуацией;

- принятие мер по тушению пожара, предотвращению распространения

огня и дыма, дымоудалению;

- организация эвакуации людей из горящего здания, включая разблокировку всех дверей, оснащенных системой контроля и управления доступом, блокировку лифтов.

Блок 2. Антитеррористическая защищенность

Терроризм стал одним из наиболее опасных вызовов безопасности общества. Основными предпосылками, увеличивающими вероятность реализации криминальной угрозы, являются:

- отсутствие достаточного проработанного законодательства в этой сфере, как на федеральном, так и на местном уровне;

- недостаточный уровень профессиональной подготовленности сотрудников правоохранительных органов в борьбе с организованной преступностью;

- значительное количество в городе Красноярске выходцев из стран ближнего и дальнего зарубежья, в том числе и незарегистрированных установленным порядком.

На территории ООО «Австерия» могут быть реализованы следующие угрозы криминального характера:

1) преступления против основ конституционного строя и безопасности государства;

2) посягательство на жизнь государственного или общественного деятеля;

3) возможность проникновения в гостиничное здание лиц из числа радикальных политических и националистических объединений, молодежных неформальных группирований с целью выражения своих политических и иных требований, взглядов, распространения (разбрасывания с крыши высотного здания) пропагандистских и провокационных листовок, воззваний, с целью привлечения к себе внимания средств массовой информации и вызова своими провокационными действиями общественного резонанса;

4) преступления против личности гостей, посетителей и персонала ООО «Австерия»: убийство; причинение вреда здоровью; посягательство на половую неприкосновенность;

5) преступления против собственности ООО «Австерия» собственности гостей, посетителей и персонала: кража; разбой; грабеж; вымогательство; мошенничество; умышленное уничтожение собственности;

6) преступления против общественной безопасности и общественного порядка: сообщения об угрозе взрыва (поджога) в здании или на прилегающей к зданию территории; хулиганство; вандализм;

7) преднамеренное нарушение функционирования или выведение из строя инженерных систем здания и систем обеспечения безопасности ООО «Австерия» с целью создания благоприятных условий для реализации вышеперечисленных криминальных угроз.

Основной задачей обеспечения безопасности и антитеррористической защищенности ООО «Австерия» является разработка алгоритма действий сотрудников при возникновении угроз террористического характера.

Блок 3. Технические средства защищенности гостей

Работа персонала ООО «Австерия» предполагает индивидуальный подход к каждому посетителю. А в сфере безопасности ключевое значение приобретает правильный выбор технических средств, оптимальное проектирование систем, их монтаж и обслуживание. Технические средства являются основой системы безопасности ООО «Австерия» по нескольким причинам.

Во-первых, техника не подвержена усталости, невнимательности, болезням, сиюминутным чувствам, погодным условиям.

Во-вторых, к техническим средствам неприменим подкуп, шантаж и запугивание, и неспециалисту сложно ее обмануть.

В-третьих, в технических средствах изначально предусмотрены мгновенная реакция и точность выполнения заданных алгоритмов.

Среди приоритетных направлений обеспечения безопасности современной гостиницы следует назвать контроль доступа на объект, охранную сигнализацию и видео наблюдение.

Назначение охранной сигнализации – эффективное и своевременное обнаружение факта несанкционированного проникновения в охраняемые помещения (площадки, зоны) с точным определением места, безотлагательное оповещение сотрудников службы безопасности и полиции. Защите с помощью средств охранной сигнализации подлежат ответственные служебные помещения, такие как касса, кабинеты администрации гостиницы, разного рода аппаратные и пультовые.

Все вышеперечисленные системы должны не только обеспечить безопасность гостей, посетителей и персонала, поднять уровень обслуживания посетителей на новую качественную ступень, но и повысить экономическую эффективность работы ООО «Австерия».

ПРОБЛЕМА УЧЕТА ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ

Синюшкина Т.А.

Красноярский институт экономики, Россия, г. Красноярск

В статье рассмотрены основные проблемы и недостатки существующей системы сбора и учета туристских потоков и предложены возможные пути получения корректных значений.

In the article basic problems and lacks of the existent system of collection and account of tourist streams are considered and the possible ways of receipt of correct values are offered.

Практически во всем мире ощущается острая нехватка информации о роли туризма в экономике стран и регионов и, следовательно, имеется потребность в надежных статистических данных, отражающих важность и уровень развития этого экономического сектора и позволяющих разрабатывать деловую стратегию его развития и проводить государственную политику в этой

области.

Традиционно туризм статистически описывался на базе набора натуральных показателей (количество посетителей, число мест в гостиницах и т.д.). Однако эти показатели не позволяют достичь главной цели - определить место туризма в экономической жизни страны и региона. Эта цель может быть достигнута только с помощью стоимостных показателей, методологически сопоставимых с показателями, применяемыми для характеристики других отраслей в рамках системы национальных счетов (СНС).

Повышение интереса к вопросам статистической оценки туризма обусловлено сильным ростом, начиная с 60-х годов, экономического значения туризма как крупнейшего и высокодоходного вида деятельности. Как следствие для выработки государственной политики в целях сбалансированного развития отрасли требуются более мощные инструменты оценки реального вклада туризма в экономики стран. Проблематика статистического описания туристской деятельности в течение последних десятилетий является одним из приоритетных направлений деятельности таких международных организаций, как ООН, ОЭСР, Всемирная туристская организация (ВТО) и Евростат. В процесс выработки международных стандартов статистики туризма активно включаются отраслевые ассоциации: Международный комитет по туризму и путешествиям (WTTC), Карибская туристическая организация (СТО) и т.д.

Включение туризма в перечень приоритетных направлений государственной экономической политики произошло и в России. С середины 90-х годов прошлого столетия сформировалась рамочная законодательная база, регламентирующая условия развития; туристского рынка страны. При этом функция государственного регулирования и стимулирования туризма едва ли может быть эффективно реализована при условии сохранения существующей системы статистической оценки туристской деятельности. Последняя по сути не позволяет оценить роль туризма в привычных экономических агрегатах и обеспечить достаточную информационную базу для планирования и прогнозирования результатов стимулирующей политики как на уровне специализированных туристских регионов (субрегионов), так и на уровне страны в целом.

Принятая международными организациями к началу 90-х годов современная методология сателлитного счета туризма (ССТ), позволила свести воедино методы оценки туризма со стороны спроса и предложения и обеспечить надежные статистические данные, предоставила возможность межотраслевых и международных сопоставлений в стандартах СНС. В этом смысле дальнейшее укрепление статистики туризма в значительной мере можно связывать с адаптацией к условиям России методологии сателлитного счета туризма как эффективного комплекса стандартов, определений и методов для измерения вклада туризма в национальную экономику в терминах ВВП, занятости и инвестиций. Необходимо отметить, что в «Концепции развития туризма в РФ на период до 2005 года», одобренной Правительством РФ 11 июля 2002 года, в части совершенствования статистики туризма предполагается «разработка внедрения сателлитных счетов в рамках системы национальных

счетов».

Эта система впервые была предложена на рассмотрение на международной конференции ЮНВТО 1999 года (г. Ницца). В марте 2000 года методика учета туризма Tourism Satellite Account (TSA) была одобрена Статистической комиссией ООН.

Термин «Satellite Account» (*«вспомогательный счет»*) впервые был предложен ООН в целях измерения секторов экономики, не учитываемых как самостоятельные отрасли в национальных счетах. Для туризма, находящегося на стыке многих видов отраслей экономики, таких, как транспорт, гостиничное и ресторанное хозяйство, рекреация и развлечения и других, точно определить соотношение данных о расходах туристов к общему количеству товаров и услуг, произведенных в стране, представляется трудной задачей.

Методика TSA – это новый инструмент туристской статистики, предназначенный для единых подходов в определении по международным стандартам, при учете произведенных товаров и услуг, сопоставлении их с показателями других отраслей промышленности, а в конечном счете, и при сравнении этих показателей между странами или группами стран.

Методика TSA представляет собой набор статистических показателей, которые предназначены для углубленного изучения какой-либо отдельной экономической проблемы. Показатели спутниковых счетов, как правило, методологически согласованы с другими показателями СНС, однако, при необходимости, допускаются некоторые отклонения от общих стандартных подходов, касающиеся в основном отраслевых классификаций, расширения границ статистических измерений, условных поправок к стандартным макроэкономическим показателям.

Спутниковые счета туризма предполагают углубленное изучение туризма, как экономического феномена, рассматривая его, прежде всего, как источник дополнительного спроса на товары и услуги со стороны посетителей. Этот спрос порождает дополнительное предложение, то есть стимулирует экономический рост определенных отраслей (видов деятельности), характерных для туризма. Находят определенное отражение в показателях спутниковых счетов туризма и такие его аспекты, как стимулирование дополнительных доходов государства, создание дополнительных рабочих мест, инвестиции.

Работой над построением спутниковых счетов туризма вот уже несколько лет занимаются многие национальные статистические службы и профессиональные институты, связанные с туризмом, а также ООН, Всемирная туристская организация (ВТО), Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), Евростат и другие организации. Ими разработаны и опубликованы рекомендации методологического плана. Среди этих документов важнейшими являются технические пособия «Рекомендации по статистике туризма» - ООН и ВТО, 1994 и «Спутниковые (вспомогательные) счета туризма» - ВТО, 2001.

Несмотря на то, что уже более 60 стран в той или иной степени участвуют в работе по построению спутниковых счетов туризма, нет ни одной страны, в

полной мере реализовавшей эти рекомендации. Наиболее продвинулись в этом плане Канада, которая первая в 1994г. опубликовала свои сателлитные счета, а также США и Норвегия.

Задача построения сателлитных счетов туризма состоит в том, чтобы предоставить подробную аналитическую информацию обо всех аспектах туризма: структура туристского потребления, виды экономической деятельности, в первую очередь направленные на обслуживание посетителей, взаимоотношения с другими видами экономической деятельности. В сателлитных счетах туризма рассчитываются количественные показатели воздействия туризма на экономику страны (региона).

Процесс разработки сателлитных счетов туризма требует не только прямого сбора базовой информации, но и преобразования и распределения по «туристскому» признаку уже имеющихся в национальных счетах данных. По существу в сателлитных счетах туризма искомые результаты по большей части моделируются, чем получают на практике.

Успешность построения сателлитных счетов туризма во многом зависит от точности формулировок используемых в этом процессе понятий, определений и дефиниций. В этом плане международными организациями, занимающимися вопросами туризма, проделана огромная работа по созданию понятийного аппарата на единых для международного сообщества началах. Он описан в уже упомянутых технических пособиях ВТО.

Наиболее важной особенностью методологии ООН/ВТО является понятие «туризм», отличное от предложенного МВФ понятия, используемого в платежном балансе РФ. Понятие ООН основано на концепции спроса (потребления), а не предложения (производства). Таким образом, в основе данного явления лежит деятельность потребителей, а не производителей товаров и услуг.

Центральным звеном экономического измерения туризма является понятие **туристского потребления**. В сателлитных счетах, за исключением случаев, когда туристское потребление равно промежуточному потреблению предприятий, оно удовлетворяет концепции «конечного потребления», принятой в СНС, независимо от типа потребителя. Посетитель рассматривается как лицо, представляющее собой особый вид единицы индивидуального туристского потребления, отличающийся от других лиц тем, что оно находится вне своей обычной среды и путешествует или осуществляет пребывание с целью, отличной от занятия деятельностью, оплачиваемой из источника в месте пребывания.

Следуя рекомендациям СНС, сателлитные счета различают понятия расходов на туризм (по аналогии с показателем расходов на конечное потребление) и фактического потребления туристами (по аналогии с понятием фактического конечного потребления в СНС).

Под **расходами на туризм** понимаются расходы на покупку товаров и услуг для конечного потребления, сделанные посетителями или от их лица, вне зависимости от того, были ли эти покупки оплачены во время путешествия, до него или после него.

Конечное потребление туристов складывается из расходов туристов на покупку потребительских товаров и услуг в ходе поездки, дополнительного вознаграждения в виде заработной платы в натуральной форме, если таковая имела место (имеется в виду оплата производственными единицами питания своих командированных наемных работников или гостей), и трансфертов в натуральной форме, полученных от других институциональных единиц (кроме социальных трансфертов). С добавлением к этому показателю социальных трансфертов в натуральной форме, полученных от некоммерческих организаций и государственных учреждений, получается показатель **фактического конечного потребления туристов**.

Общие расходы на поездки включают помимо перечисленного выше также затраты производственных корпораций на транспорт и проживание в гостиницах своих командированных сотрудников и гостей, которые обычно включаются в промежуточное потребление.

В соответствии с определением туристское потребление распространяется на все категории товаров и услуг. СНС рекомендует начинать разработку спутниковых счетов с «анализа структуры расходов с точки зрения продукта и с определения видов деятельности, которые привели к созданию данного товара или услуги» и предлагает ряд рекомендаций по выделению отдельных групп продуктов.

Применительно к спутниковым счетам туризма это означает распределение всей совокупности товаров и услуг на **специфические** для туризма и **неспецифические** для него. В составе специфических при этом выделяют **характерные** (поддающиеся статистическому учету продукты, большая часть которых, вероятно, исчезнет в большинстве стран или уровень потребления которых значительно сократится в отсутствие посетителей) и сопутствующие (остаточная категория, включающая продукты, которые в отдельных странах были определены как специфические для туризма, но по международной классификации не входят в эту категорию). Согласно концепции СНС виды деятельности, для которых производство товаров и услуг для исследуемой сферы является типичным, определяются как **характерные виды деятельности**, а производители, занимающиеся характерными видами деятельности, должны называться характерными производителями.

Второй отличительной чертой характерных туристских видов деятельности является то, что они должны обслуживать непосредственно посетителей, т.е. должен быть прямой контакт между поставщиком продукта и его потребителем. В отличие от услуг, производитель и поставщик которых, как правило, выступают в одном лице, для товаров данное условие является ограничением, поскольку между производителем и конечным потребителем могут присутствовать один или несколько посредников. Поэтому в туристскую индустрию, как правило, включаются не производители определенных товаров, а розничная торговля, обслуживающая потребителей. Ее выпуск (торговая наценка на данные виды товаров) учитывается в составе выпуска индустрии туризма.

Важным критерием отнесения вида деятельности к характерным является то, что его типичный продукт (товар/услуга) должен иметь существенный удельный вес в общем объеме туристского потребления, либо туристское потребление должно иметь существенную долю в общем объеме выпуска этого вида продукции.

В совокупности экономические показатели, характеризующие туристическую деятельность, образуют понятие **туристской индустрии**.

Сателлитные счета туризма предполагают расчет следующих специфических **макроэкономических агрегатов**:

- добавленная стоимость туристской индустрии
- туристская добавленная стоимость
- туристский валовой внутренний (региональный) продукт.

Перечисленные агрегаты обеспечивают международную сопоставимость статистических оценок и являются обязательными показателями статистики туризма.

Добавленная стоимость туристской индустрии характеризует добавленную стоимость отнесенных к туристской индустрии видов экономической деятельности, созданную в результате обслуживания как посетителей, так и других категорий потребителей (т.е. не являющихся посетителями).

Туристская добавленная стоимость складывается из той части добавленной стоимости туристской индустрии, которая обусловлена туристским потреблением, и добавленной стоимости сопутствующих и неспецифических видов деятельности, созданной в результате обслуживания посетителей.

Туристский валовой внутренний (региональный) продукт определяется как сумма добавленной стоимости, созданной туристской индустрией и другими видами деятельности, занятыми обслуживанием туристов, и налогов на продукты и импорт, включенных в рыночную оценку этого потребления.

Кроме основных агрегатов, методологией сателлитных счетов рекомендуется также проводить расчет дополнительных макроэкономических показателей:

- занятость, обусловленная туризмом
- инвестиции в основные средства (валовое накопление)
- туристское коллективное потребление (нерыночные услуги правительства)
- совокупный туристский спрос.

Из этих показателей только первый имеет достаточное методологическое подкрепление, методология остальных находится в стадии формирования.

Методологическая структура для разработки сателлитных счетов туризма представляет совокупность определений и классификаций, объединенных в таблицы и расположенных в логической последовательности. Она позволяет проводить полный экономический анализ туризма как с точки зрения спроса, так и потребления, т.е. увидеть всю экономическую важность этого явления одновременно со стороны производства и использования. Множество таблиц,

которые образуют систему сателлитных счетов, предполагают поэтапный подход, организующий информацию сначала по показателям использования, затем по показателям производства, далее осуществляется согласование показателей потребления и производства и это составляет центральный блок системы сателлитных счетов туризма. В этих целях вводятся некоторые сводные показатели, которые в определенном смысле дают общее видение данного явления. Наконец, в системе представлены и другие важные особенности туризма как экономического феномена.

В систему таблиц входят, например таблицы «Совокупное туристское конечное потребление в пределах страны по видам товаров и услуг и категориям посетителей», «Ресурсы и использование произведенных резидентами услуг для туристского потребления», «Счет производства туристских и прочих видов экономической деятельности», «Внутреннее предложение и туристское потребление в пределах страны в структуре основных потребляемых товаров и услуг» и другие. Последняя таблица составляет ядро сателлитных счетов туризма, поскольку с ее помощью происходит сравнение предложения и туристского потребления в пределах страны. Она также делает возможным расчет туристской добавленной стоимости, туристского ВВП (ВРП) и их компонентов. Она составляется по материалам других таблиц.

Сложившаяся в России система понятий и определений основана на концепции туризма и туристской деятельности, отличающейся от системы, принятой международными стандартами. Существуют концептуальные различия в основополагающих понятиях «туризм» и «туристская деятельность». Так, в российской концепции – это деятельность по организации путешествий, в то время как в концепции ВТО/ООН – деятельность путешествующих лиц.

Таким образом, в основе всей системы понятий и определений российского туризма существует противоречие с принятой международными организациями концепцией туризма, основанной на спросе, а не на предложении. Данное различие должно быть устранено, поскольку в противном случае оно будет препятствовать разработке национальной концепции статистики туризма, интегрированной в Систему Национальных Счетов.

Но в то же время, в статистике туризма существуют три главные проблемы. Первая из них — сопоставимость баз данных. Она предполагает возможность сравнения информации в целях выявления тенденций, закономерностей развития туризма, изменений, происходящих в нем, в пространстве и во времени; оценки соотношения величин одноименных показателей, относящихся к разным странам, и т.п. Статистические данные часто оказываются несопоставимыми в силу различий их предметного содержания, методики расчета или единиц измерения. Однако во многих случаях несравнимые данные можно привести к сопоставимым.

Еще совсем недавно путаница имела место в туристской терминологии и классификации путешествующих лиц. Неодинаково трактовалось, например, такое ключевое понятие, как «турист». Расхождения касались длительности