Безопасность предприятий в сфере коммерции

Проблема краж и противокражное оборудование на предприятиях торговли. Пример деловой ситуации.

План

Вступление

**Факторы, содействующие магазинным кражам**

**Противокражное оборудование**

Пример деловой ситуации

Вывод

Вступление

Торговля — одно из самых прибыльных и самых рискованных направлений бизнеса. Некоторые специалисты утверждают, что риски при организации торгового предприятия составляют 40%. Предпринимателю предстоит не только правильно разместить и построить магазин, определить номенклатуру товара, организовать регулярные поставки и рекламу, бухгалтерию и финансовую отчетность, но и обезопасить себя и имущество своего предприятия от возможных хищений. И действительно, максимальное количество краж производится именно в торговых предприятиях. В розничной торговле существует несколько факторов, обуславливающих потери:

* кражи и ограбления;
* хищения со стороны персонала магазина;
* воровство со стороны покупателей;
* недобросовестность поставщиков;
* ошибки в складском и финансовом учете.

Мы поговорим об убытках, которые обычно не зависят от действий поставщиков и ответственных должностных лиц магазина, то есть, связаны с кражами, хищениями и ограблениями.

Сегодня ни один магазин не застрахован от подобных потерь. Нападение, хищения могут произойти где угодно: в ресторане, продуктовом либо ювелирном магазине, в маленькой торговой точке и в супермаркете. Конечно, в качестве основной угрозы рассматриваются кражи.

Многие предприниматели считают, что ограбление им не грозит. Но это заблуждение быстро развеется, когда однажды вечером, напав на продавцов или кассу, грабители отберут всю выручку или товар. Поэтому лучше, если эти меры по обеспечению безопасности магазина будут приняты заблаговременно. И система безопасности должна комплексно защищать магазин, его персонал и товары от всевозможных угроз.

Потери торговых предприятий

Переход на новые, современные формы торговли в Украине привел к росту воровства в магазинах. Если, как утверждают некоторые старожилы розничной торговли, советская “норма усушки и утруски» была 0,03% оборота магазина (большую часть воровали сами продавцы), то сейчас по некоторым оценкам торговцев, в зависимости от типа товара, формата магазина и его географии, “уровень” воровства в магазинах обычно составляет от 0,25 до 5% годового оборота. Я понимаею, что эти данные не точны, так как имеющаяся у меня информация далеко не полностью раскрывает сведения о распространении магазинных краж, потому, что большинство владельцев розничной сети покрывает свои убытки за счет покупателей или продавцов и не проводят анализа утраты товара, скрывают истинные убытки.

Например, за прошлый год в 16 европейских странах было украдено почти 1,5% суммарного товарооборота их магазинов. К сожалению, украинские показатели значительно выше и сумма украденного на протяжении нескольких последних лет, по оценке наших экспертов неуклонно растет. Мировой и отечественный опыт показывает, что процент потерь в магазинах удваивается каждые 14 лет, нетрудно посчитать, что к 2020 году торговать будет убыточно!

По экспертным оценкам даже потеря 1% от годового оборота при рентабельности розничной торговли, например бытовой техникой, 10% потери от краж составляют 10% общей прибыли. В продуктовых супермаркетах с более низкой рентабельностью потери составляют до 20% прибыли, что может свести на нет многие начинания.

Можно ли полностью исключить утрату имущества из-за воровства?

На мой взгляд – нет, при любых затратах на охрану; потери от воровства в магазинах можно лишь минимизировать.

Насколько?

Наши эксперты считают, что наилучший результат борьбы с ворами в магазинах в условиях украинской действительности — потери от краж в размере 0,3% выручки магазина.

Наилучший, но почти недостижимый результат. Поэтому если потери от краж менее 0,3 процента, то у Вас полный порядок.

Нормально, если уворовывают 0,3-0,5% от оборота.

Кражи от 0,5-1,5% от оборота и больше? Положение серьезное, надо принимать срочные меры.

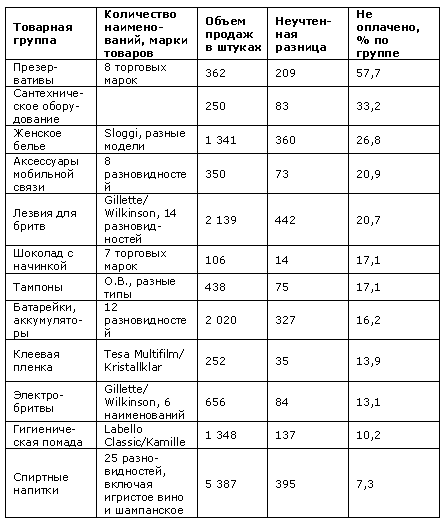
**Факторы, содействующие магазинным кражам**

Каждая торговая точка может быть рассмотрена как совокупность различных элементов, способствующих магазинным кражам или препятствующая им. Множество из рассматриваемых факторов риска находятся под контролем менеджера магазина, специалиста по безопасности и владельца, хотя некоторые из них упускаются при анализе обстановки.

Эксперт А. Славянская предлагает нам рассматривать воровство в фирме не в виде причины. Она полагает, что воровство - всегда следствие сложного узла проблем в управлении компанией, который объединяет несколько областей. Причины возникновения воровства в компании она условно разделила на три уровня:

* Причины, относящиеся к магазину, фирме в целом;
* Причины, относящиеся к коллективу;
* Личностные стереотипы.

В специальной литературе достаточно часто можно встретить таблицы наиболее распространенных товаров ( таблица 2.1 ), подвергаемых кражам в различных магазинах.



Весной 2011 года Европейским Институтом Торговли проведено второе тематическое исследование “Товары, наиболее подверженные воровству”. Ориентировочные цифры, приведенные в данном исследовании, будут весьма интересны украинскому читателю для ориентации в пристрастиях воровского сообщества и анализа собственных потерь. База исследования: до 14 супермаркетов по каждому наименованию, срок 8 недель весной 2011 г

Примечания к Таблице 2.1:

* Следует учитывать не только процент краж по каждой группе, но и обороты по соответствующим товарам. Так, спиртные напитки занимают последнюю строку в таблице, однако ущерб от воровства по ним составляет огромные суммы.
* В задачи настоящего исследования не входило разделять потери от воровства персонала на различных этапах работы с товаром и от воровства покупателей непосредственно в торговом зале. Поэтому данные показатели не могут использоваться для анализа предпочтительности той или иной формы торговли (самообслуживание, обслуживание продавцом и т.д.).

Журнал "Экономист" привел такой подсчет: ежегодные мировые потери в магазинах самообслуживания составляют около 50 миллиардов долларов. Заметьте: не во всей торговле, а только в сети магазинов самообслуживания. Что тащат? Прежде всего то, что плохо лежит. Первая по объемам и потерям позиция — алкоголь. Затем с большим отрывом идут мелкие товары: сигареты и блоки жвачки, пакетики быстрой еды, всякая мелочевка, парфюмерия, бижутерия, колготки, канцелярские товары… Европейский институт торговли в Кельне определил около сорока товаров, особо популярных у воров. Любопытный факт: как только реклама начинает раскручивать то или иное изделие, оно становится и самым воруемым. Западные менеджеры это знают и закладывают потери по графе "популярность" на полтора-два процента больше, чем на средневоруемые товары.

По оценкам украинских экспертов основными характеристиками так называемой “горячей продукции” являются:

* возможность быстро спрятать товар;
* ценность, полезность уворованной продукции;
* возможность быстрого сбыта;
* личное удовольствие от использования (в случае «кражи для себя»)

Исходя из этого, сформирована таблица 2.2 товаров повышенного риска, в зависимости от типа магазина. Конечно, данная таблица не в полной мере отражает весь спектр “горячих товаров”, однако дает четкое представление о пристрастиях магазинных воров.

Вторым фактором риска выступает наличие охраны, подготовленность персонала по контролю за товаром, техническое оборудование магазина противокражными системами.

В исследовательской работе, проведенной в Kембриджском университете в Великобритании, проверялась эффективность трех технологий охраны. Были выбраны девять складов бытовой электроники. Технология радиочастотного товарного надзора EAS (Electronic Articles Surveillance) применялась на двух складах, технология предотвращения преступления путем реконструкции окружения CPTED (Criminal Prevention through Environment Design) была осуществлена на двух складах, еще на двух складах были задействованы одетые в униформу офицеры безопасности. В качестве контрольных объектов были оставлены три склада, не имевшие никаких сдерживающих средств. Во всех складах фиксировались кражи товаров за неделю до внедрения средств предотвращения, затем неделю спустя после начала работы систем охраны и далее еще через шесть недель.

Результаты экспериментов показали, что применение радиочастотных этикеток по технологии EAS приводило к устойчивому снижению числа краж. Реконструкция помещения по технологии CPTED давала немедленное сокращение потерь, уровень которых, однако, снова возрастал через шесть недель. Перестройка помещения работала до тех пор, пока злоумышленники не находили новые зоны для утаивания товаров. Ввод в действие униформированных офицеров не оказал заметного воздействия на уровень потерь. Однако выяснилось, что работники магазина снизили свою бдительность в связи с выходом на сцену охраны.

Если эффективность технологии, как настаивают специалисты, несколько обнадеживает, то плохие новости могут состоять в том, что технологические устройства заслоняют собой не менее важный человеческий фактор. Это подтверждается рядом исследований. Например, в исследовании Шлютера было установлено, что большинство магазинных краж носит импульсивный характер, поэтому конфронтационные меры борьбы такие, как присутствие бдительных клерков и одетого в униформу персонала, оказывает более сильное сдерживающее воздействие, чем технические системы.

Во время экспериментов исследователи опросили 132 магазинных воров для выяснения их отношения к ряду сдерживающих факторов, например, к телевидению замкнутого контура, системам EAS и бдительному персоналу. Большинство из грабителей признало, что чаще всего попытки магазинных краж имеют спонтанный характер, поэтому хорошо обученный персонал и служба безопасности являются наиболее эффективными сдерживающими факторами. Исследователи сделали еще один вывод о том, что грабители часто опасаются персонала вследствие его мобильности и способности мгновенно адаптироваться к изменяющейся ситуации.

Исследование, которое провели в Массачусетском университете, показало, что на совершение краж очень влияет обстановка в торговой точке. В частности, обилие розничных товаров при безразличном персонале может облегчить кражу. Из бесед со студентами, оказавшимися магазинными ворами, исследователи сделали вывод, что грабители особенно часто идут на кражи в обезличенных предприятиях. Они убеждают себя, что последние не ощутят заметных потерь. Воры могут также прийти к заключению, что фирма слишком завышает цены на товары, поэтому она как бы в долгу перед своими покупателями.

Другой фактор, способствующий магазинным кражам - недостаточно высокое качество обслуживания посетителей. Исследователи из университета Индианы и Джорджии установили три уровня риска некачественного обслуживания покупателей.

Во-первых, это делает магазин безликим, что снижает чувство опасности у грабителя.

Во-вторых, покупатели могут почувствовать себя обиженными, не получив необходимого сервиса, что делает оправдание кражи более легким.

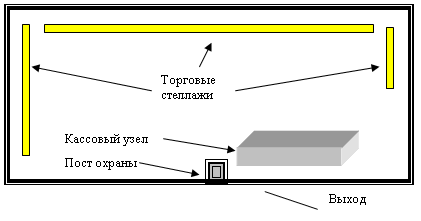
В-третьих, при небольшой численности персонала недобросовестные покупатели сочтут вероятность обнаружения кражи незначительной. В последнее время получило широкое распространение мнение, что лучшим путем снижения вероятности правонарушения против конкретного объекта является попытка влияния на массовое сознание и общественное мнение. Эта концепция названа превентивным маркетингом. Согласно этой стратегии торговец не должен ограничивать себя только борьбой против конкретных магазинных воров. При этом широко используются возможности телевидения. И все-таки для нашей страны более реальны пока технические решения безопасности.

Во всем мире в супермаркетах и универмагах, бутиках и аптеках, читальных залах и музеях наибольшей популярностью пользуются противокражные системы, основанные на радиочастотной технологии. Она является самой эффективной, недорогой и безопасной. Покупателям можно не опасаться за уничтожение информации на кредитных карточках, компактдисках или вывод из строя кардиостимулятора. С развитием автоматизированных систем торговли, основанных на штрих-кодировании товара, интерес к радиочастотному оборудованию возрос.

Говорят, что профессиональный вор обманет любую защитную систему, и все равно украдет. Но профессионалы знают психологию не только воров, но и обычных покупателей, и поэтому всегда подскажут эффективные способы увеличения прибыли магазина.

Третьим фактором риска можно рассматривать планировку магазина, расположение стеллажей, расстановку товара.

Не касаясь вопросов дизайна, фирменного стиля и т.п. остановимся на некоторых принципах построения планировки торгового зала для снижения уровня риска краж.



Идеальным торговым залом можно считать замкнутое помещение имеющее один выход, через оборудованный кассовый узел.

Несомненно, данное торговое помещение оборудовано противокражной системой, видеонаблюдением, смотровыми зеркалами и т.д. Однако, не надо полагать, что из данного торгового зала нельзя провести кражу. Ничего невозможного нет. Можете попробовать сами спланировать «операцию» и одновременно спланировать контрмеры.

Результаты проводимых исследований дают общие предложения определенной планировки магазинов и расположения стеллажей, которые могут способствовать магазинным кражам:

**Характеристики наиболее подверженных кражам магазинов**

* много выходов, в особенностях, где можно выйти, минуя выходной контроль или кассовый узел;
* наличие проходов, тупиковых углов и укромных ниш;
* наличие комнаты отдыха или примерочных;
* высокие стеллажи с товаром, которые скрывают покупателей (воров) от обозрения;
* скопление покупателей в месте складирования наиболее востребованных товаров;
* наличие проходов между рядами, которые персонал не может обозревать;
* отсутствие предупредительных мер;
* не используются технические средства направленные на снижение краж, специальное торговое оборудование
* не учитываются рекомендации по расположению товара в торговом зале.

Рассмотрев некоторые факторы риска, имеет смысл обратиться к основным субъектам магазинного воровства.

**Противокражное оборудование**

В нынешних непростых экономических условиях многие ретейлеры предпринимают ряд антикризисных мер: внедряют программы снижения издержек, сокращают расходы, ищут новые потребности своих заказчиков. Особое значение в этом процессе уделяется усилению системы безопасности с использованием технических средств. Почему?

Тайное хищение чужого имущества является самым распространенным в Украине преступлением. Наиболее значительный рост количества краж – более 20% – наблюдался в период обострения кризисных явлений в социально-экономической жизни общества в 1998-1999 годы, результаты которого ощущались в течение нескольких последующих лет.

В настоящее время налицо все симптомы очередного всплеска уровня воровства различного масштаба. Нестабильная экономическая ситуация, снижение жизненного уровня, безработица, отсутствие регулярных выплат заработной платы, слабость социальной защищенности – вот далеко не полный перечень причин, которые приводят к кражам чужого имущества и должностным преступлениям лиц, имеющих доступ к материальным ценностям.

Позволять красть у себя в такое время – непозволительная роскошь. Усиление системы безопасности за счет внедрения технических средств безопасности позволяет минимизировать потери от краж и способствовать сохранению прибыльности и финансовой стабильности предприятий розничной торговли.

Как защитить, например, продуктовый супермаркет? Противокражные системы на таком предприятии – обязательный элемент технического оснащения магазина. Для защиты продуктовых товаров можно использовать системы акустомагнитной и радиочастотной технологий. При выборе той или иной необходимо рассмотреть сильные и слабые стороны каждого из видов противокражных систем: принять во внимание совместимость защитной этикетки и датчиков с различными видами товаров, возможность использования многоразовых датчиков, уровень помех в месте установки системы, стоимость деактиваторов, датчиков и всей системы. Одним из ключевых параметров также является ширина защищаемого прохода и коэффициент срабатывания системы при проносе защитной этикетки через ворота.

Многие ведущие продуктовые сети делают свой выбор в пользу систем акустомагнитной технологии, поскольку, в первую очередь, они имеют самые высокие показатели по таким параметрам, как надежность и коэффициент срабатывания (95%). Немаловажным фактором также является то, что диапазон, в котором работают акустомагнитные антенны, меньше других подвержен электромагнитным шумам и помехам, поэтому вероятность ложных срабатываний минимальна (данная техническая характеристика противокражного оборудования особенно актуальна для супермаркетов, расположенных в торговом центре, где уровень помех обычно бывает очень высоким). Кроме того, в акустомагнитной технологии имеются этикетки небольшого размера для мелких товаров, в том числе с возможностью из размещения на металлизированных поверхностях, и этикетки клиновидной формы, которые можно разместить внутри упаковки, не вскрывая ее, что позволяет защитить больший ассортимент товаров, чем в других технологиях.

Помимо систем защиты от краж в супермаркетах с несколькими кассовыми узлами необходимо использовать видеоконтроль кассовых операций. Это связано с тем, что кассовый узел как сосредоточение материальных и денежных потоков в магазине является наиболее уязвимым местом в технологической цепочке функционирования торгового предприятия. Из 70% всех краж, совершаемых персоналом, около 50% происходит при непосредственном участии кассира.

Специальное ПО позволяет осуществить полноценный контроль действий кассира: сопоставить изображение, снятое на видео, с операциями, которые выполняет сотрудник на кассе, и выявить несоответствия, так называемые «тревожные события», а также формировать предупреждения на основе цепочек событий – определенной последовательности действий. Количество таких событий, например, в программе «Set Retail», достигает 156 и включает все возможные варианты потенциально противоправных действий. При этом данный программный комплекс не требует постоянного присутствия оператора.

При анализе отчетов по событиям возможно за считаные минуты увидеть все нештатные ситуации на любом количестве касс (опыт нашей организации – 48 касс) и принять по ним соответствующее решение. Одновременно можно решать возникающие между кассиром и покупателем конфликтные ситуации.

Эффективными средствами для защиты товаров в торговом зале являются системы защиты товаров на стеллажах, многоразовые защитные сейферы и жесткие датчики для дорогих товаров, обзорные зеркала и, конечно же, видеонаблюдение.

Чем больше магазин и чем дороже представленные в нем товары, тем серьезнее подход к видеонаблюдению и сложнее (качественнее) система. Так, в небольших супермаркетах и магазинах прилавочной торговли может быть достаточно двух-трех видеокамер: одну или две располагают сбоку от витрины – так, чтобы они не смущали покупателя, но все же были заметны. Еще одну камеру – на выходе из магазина, чтобы покупатель видел, что техника его «запомнила».

В гипермаркетах и магазинах самообслуживания камеры устанавливают на самых видных местах – на входе/выходе, основных проходах в торговом зале, над витринами с дорогим товаром в зоне погрузки-выгрузки, возле холодильников, в производственных цехах и прочих зонах риска.

Обязательными элементами комплексной системы безопасности в продуктовых магазинах также являются системы контроля и управления доступом, звуковое оповещение, системы охранной и пожарной сигнализации.

Система безопасности в магазине non-food строится по модульному принципу и может включать в себя системы защиты от краж, видеонаблюдение, контроль доступа, охранную сигнализацию и т.д. Основу контура безопасности также составляют противокражные системы.

Для защиты магазинов одежды и обуви используются противокражные антенны радиочастотной и акустомагнитной технологий, которые устанавливаются на выходе. На кассовых столах располагаются бесконтактные деактиваторы со встроенным звуковым оповещением о деактивации защитных этикеток и съемники для жестких датчиков. С целью эффективной защиты более дорогих товаров, которые, как правило, наиболее подвержены воровству, необходимо одновременное использование жестких датчиков и защитных этикеток, спрятанных в товаре и невидимых для воров.

Жесткая бирка (закрепляется при помощи специального замка) изготавливается из ударопрочной пластмассы, мало подвержена механическому разрушению и снимается с товара только специальным устройством, что обеспечивает максимальную защиту товара.

Бирка крепится на ткань гвоздиком с особой заточкой, который не разрывает ее волокна, а раздвигает и проходит между ними. Снять такую бирку самостоятельно невозможно, так как внутри находится система металлических шариков, которые особым образом зажимают гвоздик. Для наибольшей защиты в некоторые бирки встроены красящие гвоздики. Если потянуть за гвоздик, находящаяся внутри него ампула автоматически раскрывается и краска проливается на изделие, приводя его в негодность.

Защитные датчики должны быть закреплены очень прочно, но при этом не должны наносить ущерба внешнему виду изделия или причинять неудобства покупателю при примерке. Нельзя прикреплять жесткие ярлыки и петли в застежки, отверстия для шнурков, отверстия для ремней и т.д. В тех случаях, когда товар невозможно проткнуть гвоздиком (обувь, сумки), бирки крепятся к изделию с помощью металлических тросиков и струн, которые продеваются сквозь любую дырочку или пряжку. В настоящее время существуют специализированные защитные ярлыки для обуви, очков, галстуков, дорогого нижнего белья и пр. Они дороже стандартных, поскольку более сложны в изготовлении, но благодаря своей эффективности пользуются устойчивым спросом.

При защите товара одного вида желательно располагать этикетки и датчики в одних и тех же местах – это поможет продавцам быстро находить и снимать защитные аксессуары. При этом необходимо помнить, на каких товарах установлена двойная защита, и снимать дополнительный аксессуар на кассе после оплаты, иначе двойная защита теряет всякий смысл. Чтобы отсоединить бирку от товара, кассиры используют специальные магнитные ключи-съемники.

Защиту магазина от booster bag обеспечивают системы от краж радиочастотной технологии со встроенным металлодетектором. Данные противокражные антенны позволяют обнаружить на входе покупателя с таким приспособлением и затем, в зависимости от подходов того или иного магазина к вопросам безопасности, либо ограничить доступ покупателя внутрь (например, попросив сдать сумку) или «вести» его уже в самом магазине, чтобы предупредить кражу.

Системы акустомагнитной технологии также обладают дополнительной защитой – противокражное оборудование имеет встроенную систему сигнализации на съемники жесткого датчика Super Tag, что позволяет защитить магазин от их несанкционированного вноса.

Существует много способов, вариантов и ситуаций воровства в магазинах (воровство на кассах, сговор кассира с покупателем, кража персоналом, манипуляции на складе и т.д.). Среди посетителей магазинов, занимающихся воровством, можно условно выделить два типа – «любители» и «профессионалы». «Любители» крадут спонтанно, редко и неумело, от «нечего делать» и для остроты ощущений. На них распространяется принцип: если есть возможность украсть, а риск невелик, обязательно попытаться. В категорию «любителей» могут входить люди из различных социальных групп по статусу и уровню дохода.

В нынешних непростых экономических условиях, на мой взгляд, прежде всего, увеличится количество «воров-любителей», а также потери торгового предприятия от действий нечистоплотных сотрудников, имеющих доступ к материально-финансовым ценностям.

В связи с этим использование противокражных систем, а также видеонаблюдения на кассах и в зале приобретает особенно актуальное значение. Во-первых, если потенциальный вор видит в магазине систему безопасности, он может испугаться и пойти в другой магазин, в котором системы безопасности нет, и риск быть пойманным минимизируется. Во-вторых, даже если вор решится на кражу, его может увидеть оператор видеонаблюдения или «выдаст» установленная на выходе система защиты от краж.

торговля воровство противокражный

Пример деловой ситуации

В одном из гипермаркетов Киева произошел случай, который превратился в байку. В магазин пришла полная дама в дорогой длинной шубе. Она обошла множество отделов, рассматривала технику, примеряла одежду, купила кое-что из косметики и собралась уходить, но в этот момент сработали антикражные ворота. Женщина тут же распахнула шубу, под которой обнаружился... пылесос, разобранный по частям. Когда его изъяли и дама попыталась пройти через ворота еще раз, те зазвенели снова. При досмотре оказалось, что в кармане шубы лежали прокладки с защитной этикеткой: именно они, а не пылесос и стали причиной провала этой хитроумной операции.

Многие «профессионалы» предварительно проводят подготовку товара к хищению: приходят, снимают с вещей защиту и уходят, не взяв их. А на следующий день, не вызывая подозрений долгим присутствием в магазине, выносят подготовленный товар. Часто они работают парами: входят в магазин независимо друг от друга, а там действуют так: один избавляется от защиты, а другой выносит товар.

Вывод

В жизни случается разное, поэтому лучше застраховать себя от неприятных неожиданностей. Ведь ни для кого не секрет, что у нас в стране воровали, воруют и воровать будут.

Службы безопасности магазинов ежегодно задерживают около 150 тыс. воров, а не пойманными остаются не менее 5—6 млн. воришек. Потери небольших магазинов почти в 3 раза превышают потери крупных супермаркетов. Более 97% фактов воровства не выявляются при его совершении. На каждую выявленную кражу приходится 46 не выявленных. Процент потерь в магазинах удваивается каждые 10 лет. 80% всех потерь магазина приходится на кражи персонала и покупателей. В магазинах США ежегодно воруют товаров на сумму $12 млрд. Темпы ежегодного роста воровства среди персонала магазинов достигают 6%. Как же защитить товар в магазине? Безусловно, одними организационными мерами эту проблему не решить. Только комплекс мероприятий организационного и технического плана помогут остановить воровство. В данной работе я рассмотрел только технические мероприятия, включающие в себя: 1. Оборудование магазина комплексной интегрированной системой безопасности, включающей в себя систему контроля и управления доступом, охранно-пожарную систему и видеоконтроль. 2. Установку противокражных систем. Я постарался ответить на вопрос, как же построить комплексную систему безопасности (видеоконтроль, контроль доступа и охранно-пожарная сигнализация) в супермаркете для получения максимального экономического эффекта от ее внедрения на базе интегрированной системы безопасности. Компьютерная сетевая интегрированная система безопасности и интеллектуального видеоконтроля позволяет управлять системами охраны любого магазина, от небольшой аптеки до гипермаркета, подключать оборудование непосредственно в магазине, а осуществлять мониторинг и управление из удаленного центрального офиса. При необходимости можно управлять с одного рабочего места в офисе средствами охраны нескольких магазинов. Модульность системы позволяет просто и быстро расширять ее за счет добавления модулей, поддерживающих новое оборудование или новые сервисные функции. Модуль видеоконтроля представляет собой законченную многоканальную систему цифровой видеорегистрации со встроенными сетевыми возможностями. Модуль СКД (система контроля доступа) — эффективное средство предотвращения потерь торговых предприятий от краж, позволяет надежно преградить путь лицам, которые не имеют права входить в отдельные помещения торгового центра. Модуль аудиоконтроля реализует функции и алгоритмы работы со звуком. В качестве источника сигнала могут использоваться микрофоны, телефонные линии и любые линейные источники звука. Модуль ОПС (охранно-пожарная сигнализация) разработан для поддержки аппаратуры контроля сенсоров и управления исполнительными устройствами. Благодаря данному модулю, клиенты получают возможность интеграции охранных датчиков, дверных контактов, кнопок паники, сирен, стробоскопических фонарей и много другого без необходимости подключения дополнительных охранных панелей и других внешних приборов. Рассматривая функциональные возможности интегрированных систем в магазине, необходимо отметить, что система безопасности несет на себе функции: охраны, управления, предотвращения и выявления краж.

Функция «Охрана». Обеспечивается мониторинг, запись, реакция на несанкционированный доступ в ночное время, попытки ограбления, вандализма и.т.д. Обработка видеозаписи таких событий помогает в поимке преступников. Система контроля и управления доступом отрежет злоумышленникам все возможные пути для хищений. Двери будут надежно закрыты для несанкционированных посетителей. Установка на открывание дверей по расписанию будет выполнена неукоснительно.

Перед руководителем, ответственным за обеспечение безопасности компании, очень часто встает проблема выбора фирмы, способной обеспечить его офису (предприятию) гарантированную безопасность. Не обладая достаточной достоверной информацией о надежности фирм, предлагающих свои услуги по организации безопасности, он вынужден проводить собственные маркетинговые исследования рынка. Необходимо выбирать производителя и марку оборудования, фирму-поставщика и инсталлятора системы. Вообще, выбор партнера — очень важная задача. Хороший профессионал разберется в ваших проблемах, определит степень угроз, порекомендует или подберет оптимальный состав оборудования. Раньше фирму искали, просматривая каталоги и справочники, посещая выставки. С появлением Интернета появились другие способы поиска партнера. Поэтому при отборе информации о системах и фирмах существенно помогают информационные сайты, которые публикуют новости рынка, новинки оборудования, дают рекомендации по выбору и установке систем безопасности, проводят сравнительный анализ техники разных производителей. Определив предварительный список фирм, необходимо пообщаться с их специалистами, проверить наличие лицензий и сертификатов на оборудование. Оснащение офиса системой безопасности — непростая задача и к ней нельзя подходить «на авось». Осознав необходимость установки системы, подумайте, что вы хотите защитить, остальное — дело профессионалов.