



О ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ УХОДЕ ЗА НЕДВИЖИМОСТЬЮ

В клининговой индустрии уборочные услуги выступают товаром, который продавец — клининговая компания — желает продать покупателю — потребителю этой услуги. Но в нашей стране никогда не готовили профессионалов клининга, владеющих современными технологиями уборочных работ, умеющих эксплуатировать профессиональное уборочное оборудование и использовать в работе безопасные химические моющие и чистящие средства. Самым весомым аргументом для руководителя, отвечающего за уборочные работы, является минимальная из предложенных клининговыми компаниями цен, без понимания того, какого качества услугу по уборке он получит взамен.

Осознание того, что с уборкой что-то неладно, может прийти к руководителю компании быстрее, если в своей работе его фирма начинает сотрудничать с иностранными партнерами. Здесь могут быть самые большие потери — утрата имиджа. Партнер, у которого грязно в его доме, не внушает доверия.

Сотрудник, претендующий на должность руководителя эксплуатационной службы, просто обязан пройти недельные курсы по клинингу для того, чтобы разбираться в предложениях уборочных компаний и владеть соотношениями цены и качества предоставляемых услуг. Отсутствие знаний в этой области, принятие ошибочного решения в выборе компании просто расточительно и недопустимо.

В Москве в настоящее время работает около 250 компаний. Между ними установилась довольно жесткая конкуренция. Но психология потребителей клининговых услуг часто приводит к следующему: потребитель делает вид, что платит за уборку (руководствуясь бездумным желанием заплатить как можно меньше), а уборочная компания делает вид, что убирает (условия оплаты заставляют ее идти на на-

рушение технологии уборочных работ, использование непрофессионального уборочного оборудования, привлечение иностранных рабочих без профессиональной подготовки с нарушениями миграционного законодательства). Такие правила взаимоотношений приводят к тому, что редко какая компания, встав на этот путь, не деградирует профессионально.

Но в Москве уже есть и такие объекты, руководство которых готово платить именно за качество уборочных работ. И уже есть случаи, когда серьезные клининговые компании с большим опытом работы не могут справиться с этими высокими требованиями. В этом случае, возможно, что для уборки некоторых объектов могут быть привлечены международные компании. Но это скорее исключение.

Московским Правительством через Московский фонд подготовки кадров на 2005 год выделены средства для подготовки и повышения квалификации кадров для клининговых компаний. Проектом постановления «Об основных направлениях развития бытового обслуживания населения в городе Москве до 2008 года», клининговые услуги признаны социально-значимыми видами бытовых услуг. В постановлении предусматривается, что при разработке городской целевой программы подготовки кадров для рыночной экономики на 2007-2009 годы в нее войдет раздел о подготовке рабочих кадров для сферы потребительского рынка и услуг, которая будет осуществляться за счет городского бюджета.

В настоящее время, несмотря на бум в жилищном и производственном строительстве, произошло насыщение потребности в клининговых услугах для частного бизнеса, и возник вопрос о вхождении профессиональной уборки в сферу жилищно-коммунального хозяйства. Для этого есть ряд серьезных причин.

Во-первых, проводимая реформа в ЖКХ, которая пока сведена к росту тарифов за услуги, не подкрепляется ростом качества предоставляемых услуг. Существующая система предоставления услуг через ГУП — ДЭЗ — ЖКО, кроме освоения средств, оплачиваемых населением и дополнительно выделяемых бюджетом, не обеспечивает повышения качества предоставляемых услуг.

Во-вторых, кроме традиционного потребителя услуг — жилья, приватизировавшего муниципальное жилье низкого и, реже, среднего качества, появились (и его доля в дальнейшем будет возрастать) потребитель услуг для хорошего и элитного жилья, у которого есть необходимость в совершенно иного качества услугах.

В обоих случаях клининговые компании могут предложить свои услуги на более высоком, профессиональном уровне. Доходность клинингового бизнеса различна для объектов частного и муниципального сектора. Для частного сектора она определяется способностями маркетинговой службы компании, ее опытом, личными связями и менеджментом качества предоставляемых услуг.

Уборка муниципального жилья регламентируется тарифами на уборочные работы, которые были утверждены несколько десятков лет назад. В качестве инвентаря и расходных материалов предусмотрены: совок, веник, мыло или стиральный порошок и мел. Например, финансирование на моющие средства для мусоропроводов одного дома за год предусматривает расходы в размере 1–2 рублей.

Поэтому уборочными работами муниципального жилья могут заниматься средние и большие клининговые компании, которые готовы работать на грани рентабельности за счет минимизации своих расходов путем:

- получения городского заказа на уборку 30–40 жилых домов в одном районе с целью минимальных транспортных затрат;

- предоставления помещений для организации процесса уборки, отвечающих санитарно-гигиеническим требованиям, в непосредственной близости от убираемых зданий (передача от ГУП и ДЭЗ пропорционально обслуживаемым площадям).

Но это решение проблем уборки муниципального жилья — лишь первый шаг. Клининговый бизнес может стать основой для создания управляющих компаний по эксплуатации объектов. Почему возникновение таких компаний предпочтительнее на основе клининга? Существующая система эксплуатации объектов основана на планово-предупредительных началах и зачастую опаздывает с предупреждением и ликвидацией аварийных ситуаций. Работа клининговой компании строится на постоянном мониторинге убираемых помещений в реальном времени, позволяет использовать доверительное общение с сотрудниками обслуживаемой фирмы (дома) и учитывать их пожелания. Поэтому полный спектр таких услуг в режиме мониторинга под силу только клининговым компаниям.

Развитие клининга в этом направлении приведет к огромному социальному эффекту, позволит обеспечить санитарно-эпидемиологическое благополучие населения Российской Федерации и достичь установленных показателей чистоты, санитарно-гигиенического и экологического состояния в местах общего пользования, производственных помещениях и жилых зданиях, улучшения условий труда и жизни граждан.

**Директор АРУК
Н. Галкин**

ОСВЕЖИТЕЛИ ВОЗДУХА И БЫТОВЫЕ АЭРОЗОЛИ — ОПАСНО ДЛЯ ЖИЗНИ

«Освежители воздуха и бытовые аэрозоли могут быть опасны для здоровья», — сообщают английские медики из Бристольского университета, опубликовавшие свое исследование в свежем номере журнала Archives of Environmental Health.

«Популярность бытовой парфюмерии растет во всем мире, и ее покупают все чаще, — пишут английские исследователи, — люди думают, что использование подобных средств делает их дома более чистыми и более здоровыми. Но большая чистота еще не обязательно гарантирует большее здоровье. Освежители воздуха, комбинируемые с другими аэрозолями и бытовой химией, вносят вклад в сложную смесь химикатов и увеличивают количество летучих органических соединений в помещении».

Эти летучие органические соединения пока очень плохо изучены даже специалистами, но об их существовании знают все — именно такую органику мы чуюм носом, когда освежаем воздух, покрываем волосы лаком, красим сте-

ны, что-нибудь чистим или дезинфицируем. К летучим органическим соединениям относится большое количество различных веществ. Некоторые из них возможно безопасны, а некоторые, как выяснилось, очень вредны. Проведенные исследования показали, что бензол, формальдегид и перхлорэтилен (применяется при сухой чистке) являются канцерогенами. Но есть масса веществ, механизмы негативного действия которых еще не изучены. Пока медики говорят о том, что присутствие практически всей летучей органики — она обладает раздражающим действием.

Согласно проведенному исследованию, в тех домах, где освежителями воздуха пользовались почти каждый день, младенцы на 32% чаще страдали от диареи, и у многих из них болели уши. Любительницы освежать воздух из баллончика на 10% чаще страдали от головных болей и на 26% чаще были склонны впадать в депрессию.

АЕН

ОСКАР В СФЕРЕ КЛИНИНГА

В 1991 году компания Кимберли-Кларк учредила награды «The Golden Service Awards» в рамках долгосрочной программы продвижения высоких стандартов своей продукции и уровня обслуживания на международный рынок. Эти награды стали мировым стандартом в сфере уборочных услуг! И теперь, через 14 лет, их называют «Оскаром клининговой индустрии», признавая высокую значимость и уважение среди профессионалов.

Награды Кимберли-Кларк стали международным знаком качества. В течение четырнадцати лет они присуждаются в Великобритании и Ирландии, восьми лет — в Австралии. В 2002 году программа начала действовать в Новой Зеландии, Голландии и Бельгии, в 2005 году ожидается запуск программы еще в нескольких европейских странах.

Награды присуждаются в разных категориях, и конкретным лю-

ды, и уборочным бригадам, и клининговым компаниям в целом. У маленькой компании такие же шансы получить награду, как и у большой, учитывается только качество работ и обслуживания. Решения принимаются независимыми экспертами, которые в течение всего года инспектируют объекты по всей стране.

В Великобритании церемония награждения проводится в отеле Савой в Лондоне, куда приглашаются все финалисты. И если на первом вручении наград присутствовали всего 33 человека — финалисты, члены жюри, спонсоры и представители прессы, то в этом году уже приглашено 450 участников. В 2004 году победителем стала компания MacLellan International, обслуживающая международный аэропорт в Белфасте. В настоящее время идет подготовка к церемонии 2005 года.

АЕН