

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КЛИНИНГА В РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ПОДХОДА К ВЫБОРУ ОБОРУДОВАНИЯ

Так случилось, что клининговой отрасли в России гораздо меньше лет, чем индустрии уборки в таких странах, как, например, Германия или Великобритания. С одной стороны, это, по меньшей мере, досадно, но, как это обычно бывает, «нет худа без добра». Несмотря на набившую оскомину «разницу в менталитете» развитие клининга в России во многом неизбежно повторит его развитие в тех же Германии и Англии. Это связано с тем, что индустрия профессиональной уборки, как и другие отрасли, в своем развитии подчиняются единым экономическим законам, для которых не имеют значения границы. Поэтому мы можем переложить имеющийся опыт мирового клининга на современные процессы в нашей стране и проследить вероятное развитие событий.

Так, в нашей стране наметилась тенденция удорожания труда. К чему это привело в Европе (в частности, с точки зрения критериев подбора оборудования для клининговых работ и других вопросов уборочной индустрии), мы знаем. Посмотрим, как обстоит дело с этим вопросом у нас и, полагаем, каждый читатель сможет сделать для себя необходимые выводы о том, каких изменений можно ждать на российском рынке клинингового оборудования в дальнейшем с учетом европейского опыта.

Как известно, эффективность труда — это результат труда, соотношенный с затратами. Величину этих затрат во многом определяет «человеческий фактор». Следовательно, человеческий фактор — это действенный инструмент для повышения производительности труда и эффективности производства.

Стремление повысить производительность труда, то есть скорость выполнения работ, вполне закономерно. Вместе с тем, увеличение темпа работ для повышения скорости их исполнения оказывает на человека негативное воздействие. Это самый важный стрессобразующий аспект в производственных отношениях, связанных именно с производством.

Очевидно, что заказчик также заинтересован работать с той компанией, которая справляется с поставленной задачей за меньшее время и с надлежащим качеством. Для руководителя уборочной компании выгоднее, чтобы эта задача была выполнена меньшим количеством работников и времени на выполнение работ, а, следовательно, увеличение скоро-

сти и интенсивности работы должно привести к увеличению производительности труда. Теоретически, это правильно, но практически это работает не всегда.

Необходимо учитывать, что удобство работы человека прямо пропорционально производительности труда. Еще в июле 1998 года European Cleaning Journal писал: «Увеличение стоимости труда и ужесточение экономических требований привело к сокращению штатов в большинстве компаний и усилению значимости оставшихся сотрудников. Руководство компаний признают, что дешевле и эффективнее обучать и стимулировать существующие рабочие силы, чем нанимать новых людей.

В последние несколько лет произошел огромный сдвиг в понимании важности принятия участия операторов уборочной техники в принятии решения о покупке оборудования. Не так давно операторов даже не приглашали на демонстрацию новых машин. Сегодня их оценка одна из решающих при покупке нового оборудования, а при повторной покупке их мнение — самое главное!

Эти перемены заставили производителей оборудования всерьез задумать-

FARMOS - ВАШ ПАРТНЕР ПО ЧИСТОТЕ



Компания **Farmos** - это ведущий финский производитель высококачественной продукции для профессиональной уборки. Мы предлагаем широкий выбор универсальных моющих средств, мастик для пола, стрипперов и специальных средств по уходу за полом для всех потребностей профессиональной уборки.

В дополнение к моющим средствам, **Farmos** предлагает проведение экспертизы и сотрудничество по всем вопросам относительно уборки.

Высококачественная продукция **Farmos** производится в Турку, Финляндия и в Сертолово, под Санкт-Петербургом. Продукция, изготовленная в Сертолово, полностью соответствует высоким стандартам **Farmos**.

КОНТАКТЫ:

Farmos Москва: 123154 Москва, пр. Маршала Жукова 30
Тел./Факс: (095) 933 77 68, e-mail: msk@farmos.spb.ru
Farmos Санкт-Петербург:
197101, Санкт-Петербург, ул. Рентгена 5 Б
Тел.: (812) 332 00 74 Факс: (812) 332 00 76
e-mail: info@farmos.spb.ru
Региональные дистрибуторы: Екатеринбург,
Челябинск, Краснодар, Красноярск.

Товар сертифицирован

www.farmos.com

Farmos
Cleanliness matters

ся о том, как они делают это оборудование. Наиболее прозорливые, правильно оценив перемены, сконцентрировались на создании оборудования, которое поможет ускорить весь процесс уборки. И определили комфорт оператора главным фактором, влияющим на увеличение производительности».

К чему способно привести удорожание трудовых ресурсов в клининге, мы увидели. Что же сегодня мы имеем у себя? Остановимся на этом подробнее.

Действительно, в последние годы уборочное оборудование специально конструируется так, чтобы обеспечивать максимальное удобство и безопасность оператора во время работы. Остановка щеток и подачи раствора в момент остановки машины; устойчивость машины, «сравнимая с устойчивостью четырехколесного автомобиля»; эргономичное сиденье и упрощенная система управления машиной (включение всех основных функций одной кнопкой) — все это позволяет работникам сократить время обучения персонала, а оператору — сохранить уверенность в том, что он управляет процессом, а не наоборот. Это позволяет избежать стрессов, и все это приводит к увеличению производительности труда.

Итак, позиция производителей ясна. Теперь попытаемся разобраться с позицией потребителей и поставщиков оборудования в России. Для этого мы провели небольшое исследование, попросив ответить поставщиков оборудования и клининговые компании (потребителей оборудования) на ряд вопросов. Объектом изучения стали полумоментные и подметальные машины. С точки зрения эргономики, эти машины не вызывают таких профессиональных заболеваний как уборочный инвентарь, пылесосы и дисковые машины, но способствуют возникновению и усугублению стресса у их операторов в случае неправильного выбора.

На вопрос, что является определяющим при покупке такого оборудования: цена или технические характеристики, поставщики пришли к единому мнению. Несмотря на то, что изначально интересует и цена, и условия оплаты, и технические характеристики, и соответствие цены качеству, но решает все цена, так как каждый покупатель ограничен в своих желаниях бюджетом. **Александр Бессарабов**, компания «Вайднер-Рус», Москва: «При общете объекта (подготовке тендерной документации), обычно закладывают машины с достаточными техническими характеристиками. Но как только речь идет о покупке машины, в 80-ти % случаев «втискиваемся» в бюджет гораздо меньший запланированного».

Из интересующих покупателей характеристик машин поставщики назвали следующие: производительность и потребляемая мощность. Немаловажным фактором является также простота в обслуживании и управлении, время работы с одним комплектом аккумуляторных батарей (от одной зарядки), убираемая площадь за 1 час, объем баков, срок гарантии, сервисное обслуживание. Компания «Энитэль», Москва: «Несомненно влияние на выбор оборудования возраста и уровня компании, профессионализма и опыта сотрудников».

Кроме того, по мнению потребителей оборудования, на первом месте находятся технические характеристики

машины и их соответствие требованиям, налагаемыми особенностями убираемого объекта. Это понятно: если машина не удовлетворяет требованиям объекта, то не имеет значения ее стоимость. Но, вместе с тем, цена имеет значение, когда рассматривается оптимальное сочетание цены и качества. Специалисты компании «Каскад-Холдинг», Москва, придерживаются такой последовательности при подборе оборудования: изучение объекта уборки — определение требований к мощности и производительности машины — выбор соответствующей модели — сравнение цен у возможных поставщиков. «Также важна возможность недорогого обслуживания в дальнейшем», — компания «Сирена-Сервис», Санкт-Петербург.

Обычно после подбора техники по характеристикам в списке остаются две-три модели разных производителей, из которых компания-покупатель должна выбрать одну. В этом случае основным методом для сравнения оборудования различных брендов становится оценка максимальной производительности различных машин. Если две машины имеют одинаковую стоимость, но разную производительность, то выбор будет за машиной с большей производительностью.

Однако, в настоящее время не существует стандартных методов для оценки максимальной производительности машин. И, как следствие, многие производители указывают лучшую расчетную производительность машин, так как величина почасовой производительности машин — важный элемент при выборе оборудования. Производители оборудования отлично знают методы для подсчета данных о производительности в несомненной выгоду для себя. В результате, поставщики оборудования могут просчитать производительность исходя только из теоретических данных, а не из тех, которые могут быть достигнуты на практике. Теоретическая производительность рассчитывается как ширина полосы очистки, умноженная на максимальную рабочую скорость машины, и может быть использована только для очень приблизительного выбора между конкурирующими торговыми марками.

Необходимо учитывать следующие факторы, которые снижают расчетную производительность, приближая ее к практической:

1. Специфика убираемой территории — закрепленное технологическое оборудование, наличие стеллажей и паллет и т.д., количество мусора. Этот фактор влияет на частоту опорожнения мусоросборного бака и может существенно снизить производительность машин — от 10% до 25% за счет временных затрат на очистку бункера. Так что размер и вместительность бункера имеет большое значение при выборе машины — большой бункер требует меньше времени на поездку к контейнеру с мусором.
2. Опыт оператора. Например, этот фактор прямо связан с величиной захода одной полосы уборки на другую — очевидно, чем этот показатель больше, тем меньше производительность.
3. Наличие подвижных помех в зоне уборки. Например, перемещаю-

щиеся во время уборки погрузчики или прохожие требуют повышенного внимания оператора, что неизбежно приводит к снижению производительности.

При выборе машины, необходимо помнить, что хороший свипер способен качественно очистить поверхность за один проход. Не менее важно наличие совершенной системы контроля за пылью. Благодаря этой системе, уборка производится без пыления и существенно сокращается время на очистку фильтра.

Ясно, что теоретическая производительность не может быть достигнута на практике. Что же такое лучшая практическая производительность? Под ней понимается следующее.

Лучшая практическая производительность — это производительность, обеспечиваемая при средней степени загрязнения очищаемой поверхности, наибольшей возможной рабочей скорости, причем 100% загрязнений должны быть убраны без остатков, а машина должна работать, не оставляя в воздухе пыль. Эксперты считают, что, если факторы, снижающие производительность работы свипера, свести к абсолютному минимуму, то на практике оператор может достичь 80% от теоретической производительности. Для «ручных» машин этот показатель еще меньше — 60-70% от теоретической при уборке площадей от 1500 м² до 2500 м² в час. Для уборки поверхностей с большей площадью специалисты рекомендуют использовать самодвижущиеся модели толкательного типа или ride-on модели свиперов. Практическая производительность у этих машин выше, чем у ручных собратьев, так как они в меньшей степени зависят от влияния человека на скоростные характеристики. На самодвижущемся свипере можно достичь 65-75% от теоретической производительности, машины ride-on способны достигать до 70-80% от теоретической производительности. Необходимо учитывать и то, что такие модели имеют большие размеры и недостаточно универсальны для использования на каждом участке, который должен быть убран.

Разумеется, эти цифры нельзя принимать за точную оценку, так как они могут различаться в зависимости от конкретных условий.

Опыт работы российских компаний-поставщиков показывает, что основная часть покупателей не подозревает о том, что существует такое понятие, как практическая производительность машины, поскольку производители оборудования указывают только теоретическую производительность. «Ликбезом приходится заниматься постоянно, ввиду того, что заказчик сам не знает особенностей работы и эксплуатации машин», — компания «Альфаком-Коммерс», Санкт-Петербург. Поэтому солидная компания-поставщик берет на себя ответственность за правильный выбор оборудования. Причем, это бывает очень не просто сделать: «Информацию об особенностях объекта приходится из заказчика «вытягивать», задавая конкретные вопросы», — компания «Альфаком-Коммерс», Санкт-Петербург. «Обычно при продаже оборудования учитываются данные клиента: площадь объекта, график работы, и подбирается наиболее оптимальное оборудование», — компания «Энитэль». «Наш

принцип — всегда доносить до клиента цифры практической производительности, объяснять, из чего строится производительность, где могут быть потери времени, что является основными причинами снижения производительности работы техники и оператора», — «Международный Технический Центр» (RCM), Санкт-Петербург. «Мы всегда честно предупреждаем, какие сложности клиента могут ожидать в случае неправильного подбора техники. Но переубедить специалиста клининговой фирмы практически невозможно», — компания «Вайднер-Рус».

Интересно и то, что большинство компаний-поставщиков считают, что подобная честность не приводит к потере клиентов и уменьшению количества продаж. Меньшее количество поставщиков придерживаются мнения, что иногда честность мешает продаже техники, но, тем не менее: «Мы с клиентом — одна команда, и если мы честны с ними сейчас, то клиент все равно оценит это со временем, и увидит в нас настоящих партнеров. Введя клиента в заблуждение сейчас, мы неминуемо вызовем у него отторжение от совместной работы в будущем: обман — не лучший фундамент доверительных отношений! Мы не ждем сиюминутного результата, мы нацелены на долгосрочные перспективы, а поэтому и наша стратегия строится на честности и крепкой связи с клиентом», — «Международный Технический Центр» (RCM).

Клининговые компании единодушно предпочитают опираться на свой опыт. «При закупке нового оборудования, которого еще нет в нашем парке, первое время приходится опираться на данные поставщиков. При этом нельзя сказать, что данные, заявленные в описании машин, сильно расходятся с результатами на практике. Конечно, во многом производительность зависит и от сложности обрабатываемой поверхности, и квалификации персонала, который работает на новом оборудовании», — компания «Каскад-Холдинг». «Полезно бывает посоветоваться с коллегами из других клининговых фирм, но оптимальный вариант — это попробовать конкретную машину на конкретном объекте», — компания «Сирена-Сервис».

Как мы уже упоминали, на снижение расчетной производительности влияет такой субъективный фактор, как уровень подготовки оператора. Но и практическая производительность зависит от квалификации оператора, позволяющей использовать машину в оптимальном режиме, очень сильно. Нас интересовало, как российские операторы машин влияют на совершение покупки: активно — непосредственное участие в принятии решения или пассивно — посредством проведения опросов среди операторов с целью выяснить, что их устраивает, а что бы они хотели изменить. Также нас интересовало, насколько результаты этих опросов могут повлиять на выпуск и продажи оборудования более подходящего для эксплуатации в России.

На сегодняшний день по результатам опроса, согласно существующей практике как клининговых компаний, так и поставщиков оборудования, операторы участия в выборе оборудования не принимают. Позиция пользователей оборудования: «Непосредственно операторы не принимают участия в выборе машин, так как их основная задача — работа на объекте. Оценивают предлага-

емое оборудование и принимают решение о его приобретении менеджеры, механики, руководящий состав. При этом они, конечно, учитывают и удобство и безопасность работы на конкретной машине, ведь от этого зависит производительность и качество работы оператора. Если машина не снабжена достаточной системой безопасности (автоматическое отключение при перегреве, заполнении бака, экстренное торможение и т. д.) наши инженеры комплектуют его дополнительно. Мы уделяем особое внимание безопасности работы, так как несем ответственность за здоровье сотрудников и за сохранность имущества заказчика. Перед работой каждый оператор обязательно проходит инструктаж, и каждая машина тестируется на отсутствие неисправностей», — компания «Каскад-Холдинг». «Безусловно, без учета мнения операторов, непосредственно работающих с техникой, обойтись нельзя. Удобство и простота в использовании влияют на производительность труда, а соответственно, на рентабельность машины. Оценить же эти качества, как и необходимость некоторых дополнительных функций, можно только имея личный опыт работы на различных машинах», — компания «Сирена-Сервис».

Поставщики оборудования признают, что покупатели оборудования уделяют внимание конструктивным особенностям машин с точки зрения удобства и безопасности работы на них, но, по их оценке, как уже упоминалось, определяющее значение, все-таки, имеет цена.

Также у большинства поставщиков складывается впечатление, что «зачастую руководство, решая вопрос приобретения техники, не совсем четко представляет себе принципы работы оборудования, а точнее — как оператор управляет техникой, и какие критерии важны именно для него. Поэтому многие из подобных нюансов управления и обслуживания техникой зачастую остаются не замеченными», — компания «Альфаком-Коммерс».

Для того, чтобы вследствие такого недопонимания избежать возможных ошибок, поставщики уже сегодня пытаются наладить обратную связь с пользователями оборудования. Результаты весьма разнятся: «Мы проводим опросы и консультации с операторами, начальниками инженерных служб, представителями клининга. У нас есть практика того, что производитель реально вносил изменения в конструкции машин с учетом просьб и пожеланий пользователя», — «Международный Технический Центр» (RCM).

«В основном, результаты опросов следующие. При вопросе «как машина в работе?», очень часто слышишь: — «Барахло машина этой фирмы. Вот я работал на другой, так там и бак больше, и ширина чистки, и сидишь на ней, а за этой ходить приходится». Как говорится, комментарии излишни», — компания «Вайднер-Рус». И, несмотря на это, представители компании «Вайднер-Рус» считают (и большинство поставщиков разделяют это мнение): «Работа с операторами должна быть проведена обязательно, особенно при продаже даже недорогой техники. Но в клининговых компаниях большая текучесть кадров, а уж квалифицированный оператор — очень большая редкость. 90% операторов инструкцию по эксплуатации не читают. В этом отношении лучше

ситуация на предприятиях и складах, и техника там работает безотказно в 1,5-2 раза дольше. Между прочим, известны случаи откровенного саботажа работы операторами на неудобной и небезопасной машине».

В этой связи, а также, памятуя о том, что с удорожением труда увеличивается значение дальнейшего обучения персонала, возникает вопрос о том, насколько уже сегодня в России востребована подготовка операторов, их обучение силами компаний-поставщиков и готовы ли компании-поставщики оказывать такую помощь.

«Менеджеры компании «Каскад-Холдинг» посещают семинары ведущих поставщиков оборудования. Если этого не делать, то может повториться история из басни «Мартышка и очки». Мало закупить дорогое и качественное оборудование, необходимо грамотно его использовать, опираясь на опыт разработчиков этих машин». Такой подход свойственен большинству опрошенных клининговых компаний.

Очевиден столь же серьезный подход со стороны компаний поставщиков. «Многие клиенты заинтересованы в очень серьезной подготовке операторов, в их обучении и совершенствовании навыков их работы. В этом случае мы с радостью проводим подобные обучения не только при передаче оборудования клиенту, но и по необходимости, а так же в тех случаях, когда наша сервисная служба дает рекомендации по целесообразности совершенствования навыков операторов», — «Международный Технический Центр» (RCM).

«Покупатели заинтересованы в обучении оператора грамотной работе на машине. Наша компания проводит демонстрации оборудования, в том числе на территории покупателей, где наши специалисты обучают операторов правильной эксплуатации оборудования, консультируют по всем вопросам, которые возникают у них во время работы. Специалисты нашего сервисного центра, как правило, помогают ввести машину в эксплуатацию, дают информацию о необходимых профилактических работах. Очень часто мы консультируемся сами, непосредственно с производителями техники», — компания «Энители». «Что касается обучения и консультирования по использованию и эксплуатации уборочной техники, то данная услуга весьма востребована на рын-

ке. Наши специалисты регулярно проводят обучающие семинары, а также мы предоставляем видеоматериалы, по которым можно подробно ознакомиться с техникой и оборудованием «NSS», — компания «Альфаком-Коммерс».

Как известно, «ничто не вечно». Техника, какой бы совершенной она не была, без правильного обслуживания и планового ремонта со временем обязательно выйдет из строя. Поэтому существует мнение, что клининговые компании выбирают оборудование не по «громкому имени», а по уровню сервиса.

Но, тем не менее, как показал наш опрос, многие пользователи оборудования предпочитают иметь своих специалистов на случай, если речь идет не о гарантийном обслуживании. Это более выгодно, так как, считается, что сервис, предлагаемый компаниями-поставщиками неоправданно дорог. Более того, наличие своих мастерских и мобильных ремонтных бригад позволяет более оперативно устранить поломку. Главное требование к поставщику — наличие запчастей и их оперативная поставка. В случае же каких-то серьезных технических проблем большинство пользователей удобнее обратиться к поставщику.

Однако, в последнее время, по мнению компаний-поставщиков, ситуация начала меняться. Компании, эксплуатирующие технику, начинают понимать, что своевременная профилактика дешевле ремонта, а стало быть выгоднее. И поставщики идут на встречу желанию пользователей наладить собственную сервисную службу, снабжая их необходимыми учебными материалами. В этом случае в более выгодном положении находится компания-продавец, имеющая правильно построенные отношения с производителем: возможность обучения своих специалистов, возможность получения консультации по вопросам, связанным с эксплуатацией машин и их ремонта, наличие каталогов, спецификаций оборудования, руководств по эксплуатации и ремонту, причем, на русском языке, наличие запчастей и способность их быстрой поставки. Недопустима позиция продавца как «просто продавца». Это перестает работать. Зачастую клининговые компании предпочитают не покупать новое оборудование, даже если оно им нравится, из-за плохо организованного комплекса услуг — сервиса, обучения, наличия запчастей и т. п.

При проведении опроса нас также интересовало мнение российских специалистов о величине срока службы поломочных и подметальных машин.

Определенного жесткого срока не существует, это величина зависимая. Влияют на нее, по мнению как поставщиков, так и потребителей, условия эксплуатации — насколько правильно используется машина, проводится ли постоянное сервисное обслуживание и своевременная профилактика, внешние условия эксплуатации (запыленность, влажность, температурные режимы, постоянная погрузка-разгрузка самой техники, режим эксплуатации — 1 смена, 2 смены в сутки), уровень профессиональной подготовки оператора, страна и фирма-производитель. Немаловажное значение имеет и цена машины.

Вот названные усредненные сроки эксплуатации: кабельные поломочные и механические подметальщики — 1-3 года; аккумуляторные американские машины — 4-6 лет; «европейцы» — до 3 лет. Максимальный срок службы качественных машин при оптимальном использовании должен составлять 15 лет и более. Общее мнение, что машины должны служить не менее 3-х лет, а при правильной эксплуатации, постоянном сервисном обслуживании и своевременной профилактике — 5-7 лет.

Возвращаясь к началу нашей статьи, вспомним, что «эффективность труда — это результат труда, соотносящийся с затратами». Продление срока службы машины — это тоже снижение затрат, которое, опять же, зависит от «человеческого фактора» — квалификации персонала. Таким образом, если тенденция к увеличению стоимости труда сохранится, то нам неизбежно придется повторять «западный» путь развития клининга с точки зрения выбора оборудования и повышения квалификации персонала. Из мнений, высказанных представителями компаний, участвовавших в нашем опросе, видно, что наша клининговая индустрия постепенно встает на этот путь, одновременно учитывая особенности российского рынка.

Нам же остается констатировать факт, что развитие клининга в России происходит не только с количественной точки зрения — увеличения объемов уборки, но и с качественной. А это не может не радовать.

**Ольга Вихарева,
Сергей Гинчук**

