

«ЧИСТОДРОМ – БЕЛЫЕ НОЧИ»: ИЗБРАННЫЕ МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИИ

31 мая – 1 июня в Санкт-Петербурге с грандиозным успехом прошла конференция «Чистодром – Белые ночи» (организатор – ООО «Чистодром», директор Виктория Козлова). В ней приняли участие 114 делегатов из 26 городов России (Москва, Иваново, Кемерово, Курган, Калининград, Екатеринбург, Барнаул, Пермь, Новосибирск, Ростов-на-Дону, Красноярск, Омск, Тула, Ярославль, Киров, Уфа, Самара, Волгоград, Липецк, Ижевск, Сергиев Посад, Воронеж, Обнинск, Тверь, Нижний Новгород и Санкт-Петербург). Химчистку-прачечную на конференции представляли команда сети «Диана» во главе с **Е.А. Ковалкиной, директор магнитогорской компании «Акватекс» Н.В. Беркутова, руководитель Центра консалтинга и технологий «Химчистка и Прачечная»**



А.А. Парфеньев, редакция журнала «Химчистка и Прачечная».

Основная часть мероприятия проходила в конференц-залах отеля «Новотель» в центре Санкт-Петербурга и включала

три сессии: состояние дел и перспективы развития клининговой индустрии; общие вопросы маркетинга и мотивации персонала; взаимодействие предприятий химической чистки и клининговых компаний, а также рассказ о новинках клининговой индустрии в том числе в свете завершившейся в Амстердаме выставки InterClean.

Участников конференции приветствовали президент Ассоциации Русских уборочных компаний **Ю.В. Рябичев** и председатель правления АРУК – Санкт-Петербург доктор химических наук **В.Н. Ушакова** (пользуясь случаем, мы поздравляем петербургское отделение АРУК с 15-летним юбилеем). Во вступительном слове Вера Николаевна отметила, что клининг в России уникален тем, что это отрасль, которая сложилась у нас естественным рыночным путем, без какого-либо влияния сверху. Клининг в России появился и стал развиваться просто потому, что таково было требование рынка, а это значит – людей, которые населяют нашу страну. Также В.Н. Ушакова рассказала о предстоящем осенью Форуме «Чистодром» в Москве и особо обрати-





ла внимание, что в его рамках пройдет IX Всероссийский Съезд работников предприятий химической чистки и прачечных: химчистка и клининг – два направления индустрии чистоты – продолжают идти рука об руку. У нас много общих задач и нерешенных проблем. Как и у химчистки, у клининга в 2017 году появился новый стандарт – ГОСТ Р 57582-2017 «Услуги профессиональной уборки. Клининговые услуги», и в формировании нормативной базы самое активное участие принимает отраслевая Ассоциация – АРУК. Как и в химчистке, наиболее остро стоит вопрос налогообложения и нехватки профессиональных кадров при высокой доле в себестоимости заработной платы персонала (до 80%), разрабатываются новые перспективные программы обучения, а среди важнейших задач стоит поднятие престижа профессии.

О последних событиях в клининговой отрасли рассказал бессменный президент АРУК Ю.В. Рябичев. В частности, Юрий Владиславович отметил, что одной из основных причин снижения качества услуг является недобросовестная конкуренция между предприятиями. В этой связи АРУК разработала Хартию добросовестной конкуренции в клининге. Подписавшие ее предприятия, в частности, обязуются не получать конкурентное преимущество за счет неуплаты налоговых платежей или участия в схемах организации незаконного возмещения НДС, в ходе своей деятельности следуют принятым национальным стандартам деятельности, а также профильным профессиональным стандартам, стремятся приобретать инфраструктурные товары, необходимые для оказания качественных услуг, у добросовестных поставщиков и т. д. Формируется

Совет рынка, основной целью которого будет являться повышение прозрачности услуг, и через который будет вестись работа с органами власти и крупнейшими бизнес-объединениями.

Ситуации в регионах посвятила свое выступление **генеральный директор компании «Примекс – Кузбасс» (Кемерово) Наталья Долганова**. Она отметила, что представителям отрасли приходится сталкиваться с целым рядом проблем, прежде всего с недобросовестным демпингом и угнетающим общением с налоговыми органами, что в итоге определяет главную цель сегодняшней деятельности предприятий в частности и отрасли в целом – выживание. Несовершенство всей существующей системы наглядно показала трагедия в кемеровском ТРЦ «Зимняя вишня». По мнению выступающей, она явилась результатом системной ошибки, которая, к сожалению, присутствует и в любом другом городе нашей страны: самая низкая цена как единственный критерий выбора поставщика продукции или услуг. Политика управляющей компании ТРЦ строилась по принципу «мы работаем с теми, кто предложит са-

мую низкую цену». Это касалось и клининговых услуг, и эксплуатации здания, и обеспечения пожарной безопасности, и охраны. К сожалению, все, кто работает в соответствии с положениями пресловутого ФЗ-44 (о госзакупках), вынуждены сталкиваться с данной системной ошибкой, которая буквально парализует работу предприятий, выбирающих всё самое дешевое. Выход – введение Реестра поставщиков услуг, аккредитованных несколькими регуляторами рынка.

Здесь полезно обратиться к зарубежному опыту, в частности, японской системе «Бережливое мышление», согласно которой эффективный руководитель – не тот, кто сделал красивую презентацию, а тот, кто смог наладить качественное производство. Заказчик при выборе поставщика идет на производство, смотрит, как налажены процессы, в каких условиях работает персонал и т. д. Пока же всё сводится к критерию низкой цены. Данная проблема, как и несовершенство налоговой системы, требует немедленного решения. Для этого Наталья Долганова призвала предприятия объединяться под эгидой отраслевых Ассоциаций – и действовать.

Директор московского отделения АРУК Мария Бочковская рассказала о современных тенденциях на рынке клининга. На сегодняшний день в сфере фасилити-услуг в России работают 3.780 компаний, из которых более 70% заняты профессиональной уборкой. По данным Федеральной налоговой службы, рынок фасилити-менеджмента в секторе B2B в 2016 году составил более 360 млрд. рублей. Как уже говорилось выше, одной из основных проблем работы отрасли



является демпинг, приводящий к снижению качества услуг. Для того, чтобы рынок функционировал правильно, необходимо сформировать справедливые цены на оказание услуг исходя из критериев качества и с учетом всех необходимых налоговых отчислений; применять стандарты деятельности, соответствие которым должно контролироваться профессиональным обществом; использовать для оказания услуг исключительно квалифицированный персонал, который должен гарантировать их качество и соответствие профессиональным стандартам, а это возможно только путем обучения и сертификации.

Соответственно, структуру рынка можно выстроить посредством объединения его участников для представления своей позиции при принятии органами законодательной и исполнительной власти РФ решений, затрагивающих интересы участников рынка. Ведение бизнеса должно осуществляться с соблюдением налогового и миграционного законодательства со стороны всех компаний, стремящихся развивать добросовестную конкуренцию и занять позицию на рынке. Следующий логичный шаг – саморегулирующаяся организация (СРО).

Мы не случайно подробно останавливаемся на выступлениях, посвященных состоянию дел и перспективам клининговой отрасли. Помимо того, что, как метко выразился один наш коллега, «это наши ближайшие родственники», у нас очень много общего, и это касается и проблем,



и перспектив развития. В частности, тема демпинга особенно близка промышленным прачечным, участвующим в тендерах на обработку контрактного белья. Остальные же темы касаются практически всех нас, и опыт наших коллег из клининговой отрасли может оказаться нам весьма полезным.

После небольшой кофе-паузы начала свою работу вторая сессия конференции. **Соучредитель и управляющий партнер KROSTU.COM, выпускник шотландской бизнес-школы Napier и соавтор книг по маркетингу Дмитрий Турусин** рассказал о незатратных способах улучшения маркетинговой деятельности в частности и бизнеса в целом. Темой улучшения развития бизнеса через точки контакта Дмитрий занимается с 2010 года, и свое выступление посвятил именно ей. Рассматривались различные аспекты ведения бизнеса

вплоть до оформления визитных карточек, домашней страницы сайта, правильного составления рекламных фраз и прайс-листов на услуги. «Выберите самые важные элементы вашего бизнеса и подайте их красиво – и результаты не заставят себя ждать», – считает Дмитрий, чья презентация вызвала большой интерес участников конференции.

Выступление **оргконсультанта и бизнес-тренера высшей категории Никиты Столыпина** касалось вопросов мотивации и вовлечения персонала в рабочий процесс. Многие предприниматели сталкиваются с проблемами высокой текучести кадров, низкой клиентоориентированности работников, ненадлежащего отношения сотрудников к ресурсам предприятия в купе с чрезмерно высокой составляющей фонда оплаты труда. Докладчик рассмотрел особенности различных стилей управления, нюансы и возможности материальной мотивации сотрудников, а также основные причины внутренней демотивации персонала.

Третья сессия открылась выступлением **директора ООО «Чистодром» Викторией Козловой**, которое было посвящено интересным новинкам международной специализированной выставки InterClean, не так давно завершившейся в Амстердаме. Это крупнейшая в мире клининговая выставка, которая проходит в столице Нидерландов начиная с 1967 года. Нынешней весной в 12 выставочных павильонах свою продукцию демонстрировали 892 экспонента из 47 стран, с которой могли ознакомиться 33.710 специалистов из 143 государств. Впервые выставку посетили специалисты из Ямайки,



Монголии, Свазиленда и Сейшельских островов, что говорит о возрастающем интересе к индустрии чистоты во всех уголках земного шара.

По мнению посетителей, одной из главных причин увидеть выставку Interclean является проведение в ее рамках конкурса Amsterdam Innovation Award, поскольку здесь появляются самые оригинальные инновационные, практичные и выгодные решения, которые соответствуют критериям развития и устойчивого роста. Конкурс проводился в четырех категориях – «Управленческие и мобильные решения», «Электронный клининг», «Оборудование» и «Машины и сопутствующие товары». Абсолютным победителем стала полностью автоматизированная полумоечная машина KIRA B50 от Kärcher, которой достаточно один раз показать помещение, где она должна убирать, а дальше она его запомнит, выберет наиболее оптимальный путь, при этом будет объезжать возникающие препятствия

собственной прачечной на объекте рассматривается сегодня как более выгодная альтернатива услуге, оказываемой сторонней организацией. Разумеется, на пути к этой цели возникают сложности – они начинаются с выбора и покупки оборудования, которое нужно уметь рационально использовать. Организациям, решившим открыть собственную прачечную, необходимо иметь точное представление о потребностях объекта и знании энергетических показателей оборудования и потребности в рабочей силе. Недооценка этих факторов при выборе прачечного оборудования может привести к увеличению расходов на стирку белья и снижает рентабельность инвестиций. Следует также иметь в виду, что самые крупные расходы большинства прачечных – это оплата труда и замена изношенного оборудования, которые в сумме могут достичь 55% от ежегодного бюджета на стирку. При правильной эксплуатации современные стиральные и сушильные маши-

ны – высокоскоростные и высокопроизводительные – могут существенно снизить эти расходы.

Принимая во внимание растущий интерес к созданию собственных прачечных в различных секторах экономики, организаторы выставки Interclean приняли решение о выделении специальной зоны для сектора «Прачечная на объекте»: в павильоне №8 была представлена продукция 16 производителей прачечного оборудования – среди них, в частности, можно упомянуть концерн Alliance Laundry System и швейцарский завод Schulthess. Теперь клининговая выставка в Амстердаме еще и немного прачечная!

Руководитель Центра консалтинга и технологий «Химчистка и Прачечная» А.А. Парфеньев коснулся вопроса обработки текстиля, который используется в сфере клининга. Андрей Александрович выделил два основных типа применяемого текстиля – униформа или спецодежда сотрудников и мягкий инвентарь, который используется при уборке. Весь текстиль сегодня в обязательном порядке должен отвечать требованиям технического регламента для изделий легкой промышленности, который сообщает: «вся одежда должна иметь сертификат соответствия». Все ткани (а к тканям для спецодежды ввиду специфики их использования и обработки это относится особо!) должны соответствовать определенным нормам – ГОСТам. Закон «О техническом регулировании» говорит о том, что на смену ГОСТам приходят технические регламенты, однако технические регламенты содержат в качестве неотъемлемой их части приложения, а в них



(то есть на человека не наедет в любом случае), а если препятствия будут встречаться повторно на тех же местах, она их запомнит и смоделирует себе другой, более оптимальный путь уборки. На базу умная KIRA возвращается сама, когда нужно подзарядиться или опорожнить баки, либо когда работа по уборке полов выполнена. Подробнее о новой машине впоследствии рассказали **представители компании «Карекс» Мария Кузнецова и Алексей Беляев.**

На выставке Interclean была организована специальная зона «Открытие собственной прачечной на объекте». Организация





перечисляются те же ГОСТы. Приложение технического регламента для текстильных изделий содержит ссылки на 206 ГОСТов. Следовательно, ГОСТы остаются обязательными к применению на территории Российской Федерации и по принятии технических регламентов, и это необходимо учитывать при выборе, в том числе, спецодежды, основными критериями для которой, помимо указанного соответствия, должно являться удобство эксплуатации, сохранность при чистке или стирке и максимальный срок службы.

При закупке комплекта спецодежды, помимо сертификата соответствия, должен быть получен один эталонный образец, который печатывается и прилагается к договору и хранится в сейфе у руководителя предприятия. Именно с ним будет сравниваться состояние спецодежды, если в ходе эксплуатации возникнут претензии.

При выборе комплекта спецодежды перед закупкой большой партии полезно провести тестовые испытания – пятикратную стирку в соответствии с предельными рекомендациями символов по уходу. Серьезные компании

при организации тендера на закупку спецодежды делают специальную оговорку: «к тендеру не допускаются компании, образцы спецодежды которых не прошли тестовую обработку». Руководитель Центра консалтинга и технологий назвал две фирмы, качество продукции которых не вызывает сомнений, – Klorman и Ten Kate Protect. Ткани их производства выдерживают до 300 обработок с кипячением, при этом цветные ткани полностью сохраняют свой цвет. Для обеспечения нормального срока службы и нормальной эксплуатации спецодежды на одного человека должно приходиться три комплекта (один в обработке, один в эксплуатации, один прошел обработку и готов к эксплуатации). Важно еще то, что ткани, как и люди, нуждаются в отдыхе – релаксационный процесс позволяет восстановить исходную прочность волокон, что увеличит срок службы изделий.

Выступающий особо обратил внимание на то, что каждое изделие комплекта спецодежды, помимо маркировки символами по уходу, должно быть промаркировано индивидуально, и порекомендовал использовать для этого сис-

тему перманентной маркировки Thermopatch, которая позволяет удобно и эффективно маркировать изделия на любой стадии, а нанесенная маркировка выдерживает любые воздействия в процессе обработки изделий. Крупным клининговым компаниям Андрей Александрович рекомендовал иметь на предприятии небольшой комплект Thermopatch – это вложение, которое всегда окупается.

А вот что касается организации в клининговой компании прачечного производства, А.А. Парфеньев рекомендовал рассматривать каждую конкретную ситуацию индивидуально – в зависимости от масштабов компании. Есть клининговые компании, которые имеют у себя небольшие прачечные производства, равно как есть крупные химчистки-прачечные, имеющие клининговые подразделения. Поскольку мы «близкие родственники», возможны разные варианты – от совмещения прачечных и клининговых услуг до кооперации между предприятиями индустрии чистоты – клининговыми компаниями и химчистками-прачечными.

Конференция завершилась выступлениями представителей ведущих фирм – производителей оборудования и технологий для клининга. О новинках оборудования и технологий рассказали Людмила Агеева (Vileda Professional), Мария Кузнецова и Алексей Беляев («Карекс»), Александр Давлятов (Sebo), Сергей Недилько (Makita) и Сергей Генералов («Клин-Мастер»). Вечером участников ждал неформальный ужин в ресторане «Алые паруса» на Кронверкской набережной. На следующий день все желающие могли принять участие в работе Открытого заседания Ассоциации Русских уборочных компаний (АРУК), а для остальных делегатов была организована интереснейшая экскурсионная программа.

Хочется отметить прекрасную организацию конференции. Это дает полную уверенность в том, что осенний «Чистодром» в Москве пройдет с не меньшим успехом. Напомним, что 17 октября в рамках «Чистодрома» состоится IX Съезд работников предприятий химической чистки и прачечных, и завершившаяся конференция показала, что сотрудничество с «Чистодромом» – это абсолютно правильный выбор!

Артем ПОМИНОВ

