



Антрацит: новый цвет профессионального оборудования

Компания Kärcher, следуя своей стратегии развития, второй раз в истории компании изменяет корпоративный цвет и это изменение несет в себе нечто большее, чем смена дизайна.

Подробности на стр. 4

Также в номере:



ЧИСТОТА НА ОЛИМПИЙСКИХ ОБЪЕКТАХ В СОЧИ

Компания «Керхер» стала поставщиком Игр 2014 в Сочи в категории «Клининговое обслуживание мероприятий».

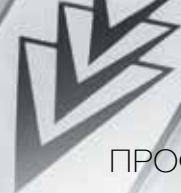
Подробности на стр. 6



ПОДГОТОВКА ПОЛОМОЕЧНОЙ МАШИНЫ К УБОРКЕ

Знание особенностей поломоечных машин помогут начинающим пользователям избежать многих проблем.

Подробности на стр. 18



Честная игра

Дорогие друзья!

Несколько материалов этого номера так или иначе связаны со спортом. Если задуматься, то у спортивной и деловой сферы действительно много общего, потому что работа на высококонкурентном рынке требует от игроков постоянного совершенствования, сил и выносливости, а также, что немаловажно, умения играть в команде, учитывать интересы друг друга.

Есть в спорте один замечательный термин, который, на мой взгляд, применим и в нашей работе. Это «fair play» - честная игра, то есть соблюдение кодекса взаимоуважения, равноправия и справедливости. Какими бы ни были спортивный азарт и желание победить, долговременный успех может ожидать лишь тех, кто взвешивает любой поступок, руководствуясь принципами «fair play»: уважение к сопернику, уважение к правилам, равные шансы на старте, контроль эмоций и отсутствие «допинга». Подобными принципами руководствуется в своей работе и компания «Керхер».

Наше предстоящее участие в Олимпиаде «Сочи 2014» – это закономерный результат командной и честной игры. В то время как 83% россиян будут следить за спортивными состязаниями с трибун, экранов телевизоров и компьютерных мониторов (об этом свидетельствуют данные опроса), мы примем в Олимпиаде непосредственное участие - будем осуществлять клининговое обслуживание этого грандиозного праздника спорта!

Это событие – важная победа, которая была бы невозможна без слаженной работы команды «Керхер», умения сотрудников «выложиться» на 100%, быть постоянно нацеленными на самые высокие результаты. И это очень здорово – знать, что в любой момент можешь рассчитывать на «сыгранный», сильный, профессиональный коллектив!

Настоящая, честная победа требует полной самоотдачи. Чтобы оставаться лидером, мы стремимся всегда быть на шаг впереди. Это касается как технических возможностей нашей продукции, так и компетенции наших специалистов, осуществляющих продажи, оперативной и качественной работы отделов сервиса, слаженной работы подразделений

логистики и обучения. Весь этот единый механизм работает, чтобы удовлетворять меняющиеся потребности клиентов, а в идеале – и предвосхищать их ожидания, предлагая то, о чем они только успели подумать. Надо сказать, что это держит в тонусе и заставляет избавляться от стереотипов, даже выходить из зоны комфорта: именно так получилось с изменением цвета профессионального оборудования. Понимая, что техника должна быть менее заметной и немаркой, мы пошли на этот шаг, отказавшись от привычного фирменного цвета. Это было непросто, ведь, как мы часто шутим, в сотрудниках «Керхер» течет «желтая кровь» и мы ходим в «желтых очках».

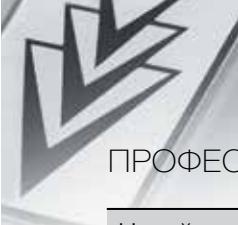
Именно ориентация на нужды клиента ведет нашу компанию к лидерству. В этом номере газеты мы публикуем результаты независимого исследования о распределении сил на рынке поломойного оборудования, которое еще раз подтверждает, что мы на верном пути.

Есть в номере и материал о том, что случается, когда кто-то из участников рынка нарушает принципы «fair play». Да, в азарте борьбы соблазн применить запрещенные приемы бывает очень велик, но поговорка «победителей не судят» здесь не работает. Подтверждение этому – инцидент с одним из игроков рынка, который использовал недостоверные утверждения в отношении одной из своих технологий, реклама которой была снята по решению суда.

В завершение хотелось бы сказать, что у рынка профессионального оборудования в России есть перспективы для дальнейшего роста, и хочется надеяться, что в основу его будут заложены принципы честной игры, которые создадут прочный, устойчивый фундамент для развития.

Олег Минаев,
Генеральный директор ООО «Керхер»

«Какими бы ни были спортивный азарт и желание победить, долговременный успех может ожидать лишь тех, кто взвешивает любой поступок, руководствуясь принципами «fair play», то есть честной игры.»



Содержание

Стр. 2 КОЛОНКА РЕДАКТОРА

Стр. 4 ГЛАВНАЯ ТЕМА

Антрацит: новый цвет профессионального оборудования
Решение суда г. Штутгарт: реклама технологии «ec-H2O»
от Tennant вводит потребителей в заблуждение
Компания «Керхер» будет отвечать за чистоту
на Олимпийских объектах в Сочи

Стр. 4

Стр. 5

Стр. 6

Стр. 8 НОВИНКИ

Болеем за наших! Профессионально.

Стр. 8

Стр. 14 СОВЕТЫ ПО ОЧИСТКЕ

Нанесение и снятие защитного покрытия

Стр. 14

Стр. 16 ХИТЫ СЕЗОНА

Скромные труженики: на что способны однодисковые машины?

Стр. 16

Стр. 18 МАСТЕР-КЛАСС

Подготовка поломоечной машины к уборке:
советы профессионалов

Стр. 18

Стр. 22 СОБЫТИЯ

Проект «Региональные склады»: начало положено.
«Хрустально» чисто!
Международная конференция по клинингу в Москве:
успешный старт
Истинно немецкое качество – для России

Стр. 22

Стр. 23

Стр. 24

Стр. 26

Стр. 30 НОВОСТИ

Расклад сил и тенденции рынка поломоечных машин
Как моют поезда?
Eco!Manager: чистота и прозрачность

Стр. 30

Стр. 31

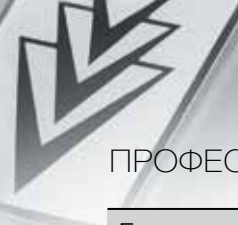
Стр. 32

Стр. 34 KÄRCHER В ЛИЦАХ

Аркадий Петрусев: «Мы чувствовали себя подвижниками,
которые несут определенную идею»

Стр. 34





Антрацит: новый цвет профессионального оборудования

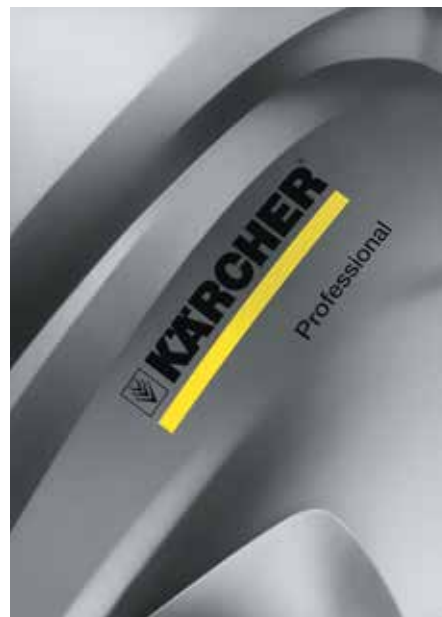
Компания Kärcher, следуя своей стратегии развития, второй раз в истории компании изменяет корпоративный цвет. Так же, как смена в 1974 году синего цвета на желтый, это изменение несет в себе нечто большее, чем смена дизайна. Оборудование для профессионального использования в цвете «антрацит» является отражением стратегии компании, ориентированной на клиента.

«Наша основная задача – наиболее полно удовлетворять потребности клиентов, – сказал Хартмут Йеннер, председатель правления Kärcher. – Новый цвет профессионального оборудования – важный шаг, который упрощает выбор категории техники. Ожидания клиентов являются отправной точкой для наших планов и действий».

«Впервые мы выпустили линейку техники в новом сером цвете в 2010 году для продуктов категории «клининг». Результаты маркетинговых исследований и положительные тенденции продаж в этом сегменте стали подтверждением того, что изменение цвета было правильным решением и мы на верном пути», – отметил Маркус Аш, заместитель председателя правления Kärcher, отвечающий за категорию профессиональных продуктов.

Визуальное различие между линейкой профессионального оборудования и техникой для бытового применения, сохранившей известный и хорошо узнаваемый желтый цвет, позволит клиентам легче ориентироваться в продуктовой линейке компании. Еще одним преимуществом «антрацита» является то, что техника такого цвета менее заметна и не привлекает внимания окружающих.

Кроме того, этот цвет менее маркий, что сокращает усилия и затраты на поддержание машин в чистоте. В то же время цветовое кодирование профессиональных продуктов делает ещё более простым управление и обслуживание оборудования: теперь элементы управления, отвечающие за процессы уборки, выделены желтым, а детали и приспособления, относящиеся к техническому обслуживанию и ремонту – светло-серым цветом.



Антрацитовый блеск
профессиональной техники



Решение суда г. Штутгарт: реклама технологии «ес-Н2О» от Tennant вводит потребителей в заблуждение

Суд Штутгарта вынес принципиально важный вердикт: утверждения компании Tennant, используемые для рекламы ее технологии «ес-Н2О», вводят потребителей в заблуждение.

В частности, в рекламе полумоечных машин, в которых используется эта технология, утверждалось, что вода в них электрически «активируется», и это позволяет отказаться от применения в процессе уборки химических чистящих средств. Однако на деле «активированная» вода не лучше обычной водопроводной. Такое решение было вынесено по иску, предъявленному дочернему предприятию американской компании Tennant в Германии – Tennant GmbH & Co. KG (Кирххайм). На Tennant возложены также судебные издержки. Ответчик вправе обжаловать принятое судом решение.

После проведения собственных практических испытаний компания Kärcher обратилась за экспертным заключением к авторитетному научно-исследовательскому институту MicroMol (Карлсруэ). Все исследования привели к одному и тому же выводу, совпадающему также с заключением назначенного судом независимого эксперта Томаса Хофмана из Института прикладных наук (Цюрих): являющиеся предметом судебного разбирательства рекламные заявления Tennant, касающиеся «активированной» воды, не имеют никакого научного обоснования.

И если некоторые пользователи все-таки верят в то, что, несмотря на переход к уборке без применения средств с содержанием поверхностно-активных веществ, им удалось заметить определенный очищающий эффект, то это, исходя из опыта эксперта Т. Хофмана, вполне объяснимо: ведь вследствие предшествующего применения чистящих средств, часто сопряженного с передозировкой, пористая структура напольного покрытия успевает накопить поверхностно-активные вещества, вымываемые затем в процессе уборки. Этот эффект способен улучшить внешний вид очищаемого пола, но когда запас поверхностно-активных веществ заканчивается, интенсивность загрязнения снова возрастает.

Вводящими в заблуждение были признаны следующие высказывания:



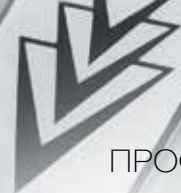
- технология «ес-Н2О» активирует воду, в результате чего она приобретает эффект мощного чистящего средства;
- благодаря технологии «ес-Н2О» машиной вырабатывается собственное сильное чистящее средство;
- технология «ес-Н2О» снижает расходы, поскольку для эксплуатации полумоечных машин не требуется покупать универсальные чистящие средства;
- «ес-Н2О» представляет собой испытанную технологию.

В своем решении суд сослался на бесспорный вывод о том, что полумоечные машины с технологией «ес-Н2О» не способны удалять загрязнения, содержащие минеральные масла.

По результатам исследования доказательств был также сделан следующий вывод: «...очищающий эффект

воды, обработанной с применением технологии «ес-Н2О», не превосходит эффекта, обеспечиваемого чистой водопроводной водой, и, в частности, не соответствует эффекту, достигаемому применением сильного или универсального чистящего средства».

«Мы приветствуем решение суда, согласившегося с научной аргументацией привлеченного эксперта, – сказал Маркус Аш, заместитель председателя совета директоров группы Kärcher. – Оно полностью отвечает интересам защиты прав потребителей и способствует саморегуляции отрасли». Наряду с компанией Kärcher, эффективность технологии «ес-Н2О» публично оспаривали и другие производители и ассоциации, приводя в обоснование своих доводов результаты научных исследований и практических тестов.



Компания «Керхер» будет отвечать за чистоту на Олимпийских объектах в Сочи

Компания «Керхер» стала поставщиком Игр 2014 в Сочи в категории «Клининговое обслуживание мероприятий». Соответствующий договор был подписан президентом Оргкомитета «Сочи 2014» Дмитрием Чернышенко и генеральным директором ООО «Керхер» Олегом Минаевым 11 декабря 2012 года.

Согласно договору, в период Олимпийских игр компания «Керхер» предоставит их организаторам технику для поддержания чистоты объектов Прибрежного и Горного кластеров, а сотрудники компании будут привлечены к техническому обеспечению уборки.

В общей сложности во время Игр на территории Олимпийского парка и в Горном кластере будут задействованы более 450 единиц техники «Керхер»: полойные и подметальные машины, пылесосы, коммунальная техника и многое другое. Уже сейчас подготовка к Олимпиаде идет полным ходом: открыты представительство в Сочи и региональный склад в Краснодаре, ведется активная работа в подразделениях логистики, сервиса и обучения.

Президент Оргкомитета «Сочи 2014» Дмитрий Чернышенко подчеркнул:

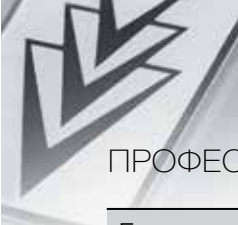
«Я рад, что за наведение чистоты на Олимпийских объектах будет отвечать именно компания «Керхер» - лидер в своей области, который уже сполна доказал свой профессионализм на предыдущих Играх. Благодаря «Керхер» чистота Олимпийских объектов Прибрежного и Горного кластеров будет гарантирована на 100 %».

Генеральный директор ООО «Керхер», дочернего предприятия концерна Alfred Kärcher GmbH & KG в России, Олег Минаев отметил:

«Поддержка международных и национальных спортивных мероприятий - давняя традиция «Керхер». Мы всегда стремимся привлекать как можно больше внимания к спорту и здоровому образу жизни, что в полной мере соответствует ценностям компании.

Участие «Керхер» во всемирном празднике спорта - Олимпиаде «Сочи 2014» - станет еще одной вехой в содействии развитию физической культуры. Наша техника неоднократно использовалась на Олимпийских играх, и мы гордимся, что стали поставщиком первых в истории России зимних Игр. Наш опыт обслуживания мероприятий подобного масштаба является гарантией того, что уборка спортивных объектов будет организована на самом высоком уровне».





Главная тема



Большой ледовый дворец «Большой» вместимостью 12 000 зрительских мест, в котором пройдут соревнования по хоккею с шайбой.



Дворец зимнего спорта «Айсберг» вместимостью 12 000 зрителей в котором пройдут соревнования по фигурному катанию и шорт-треку.



Конькобежный центр «Адлер-Арена», в котором пройдут соревнования по скоростному бегу на коньках. Вместимость центра 8 000 зрительских мест.



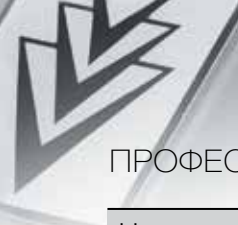
Главная Олимпийская деревня - центр размещения участников Олимпийских и Паралимпийских Игр будет состоять из 62 корпусов разной этажности, с количеством комнат более чем на 3000 человек.



Ледовая Арена «Шайба», рассчитанная на 7 000 зрительских мест. На объекте пройдут соревнования по хоккею с шайбой (Олимпийские игры) и по следж-хоккею (Паралимпийские игры).



Главный медиа-центр. Комплекс площадью более 155 000 кв. м. вместит свыше 15 000 журналистов со всего мира.



Болеем за наших! Профессионально.

В середине июля на российский рынок вышла специальная серия профессиональной техники Kärcher под общим названием Sochi, приуроченная к Олимпийским играм 2014 года.



Теперь ощутить свою причастность к главному спортивному мероприятию 2014 года смогут и клиенты «Керхер», для которых разработана специальная лимитированная серия профессиональной

техники. Все модели, отмеченные логотипом «Поставщик Игр Сочи 2014», обладают «спортивным характером». Их отличают универсальность, мощность, быстрое действие и способность работать

в режиме высоких нагрузок. Кроме того, все аппараты этой серии укомплектованы дополнительным набором аксессуаров и расходных материалов, которые помогут пользователям добиться безупречного результата уборки. Еще одним приятным сюрпризом станет специальное ценовое предложение на весь модельный ряд линейки Sochi.

Поломоечные машины

Машины нового поколения с баками для воды на 40 л В 40 W *Sochi с дисковыми (+D51) или роликовыми (+R55) щетками сочетают в себе простоту эксплуатации и обслуживания, надежность и высокую рентабельность. В 2011 году на всемирно известной берлинской выставке по клинингу CMS (Cleaning. Management. Services) модель получила престижную награду в области разработок Purus Award 2011.

Модель В 40 W *Sochi соответствует требованиям международной концепции HACCP, которая гарантирует соблюдение санитарных норм и охраны здоровья. Машина оснащена системой точного дозирования чистящих средств DOSE и





Новинки



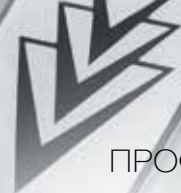
системой интеллектуальных ключей KIK, защищающей оператора от ошибочных действий, и оптимальна на площадях до 2000 м². Дополнительно в комплект поставки входят: держатель для швабры, крючки для крепления на машине уборочного инвентаря, ящик для ручной химии и 2 канистры по 10 литров щелочного чистящего средства для пола RM 69.

Машина с баками для чистой/грязной воды объемом 60 л B 60 W + R 65 / D 65 *Sochi находит универсальное применение для выполнения различных клининговых операций и также сертифицирована НАССР. В комплектации с роликовыми щетками она оптимальна для чистки структурированных и профилированных полов. Модель рентабельна при уборке помещений общей площадью до 2500 м². В комплект ее поставки, так же, как у машины B 40 W *Sochi, входят вышеперечисленные аксессуары и чистящее средство.

Машина с сиденьем для оператора B 140 R + R 90 / D 90 *Sochi с баками для чистой и грязной воды объемом 140 л оснащена роликовыми или дисковыми щетками. Модель оптимальна для влажной уборки твердых и эластичных напольных покрытий на площадях до 6000 м² и предусматривает режим Low-Noise, который позволяет работать на участках, требующих тишины. Малая габаритная ширина, короткая база и возможность поворота управляемого колеса на 90° позволяет проезжать через узкие пространства и легко маневрировать между

препятствиями, например, стеллажами на складах. Мощный (600 Вт) тяговый привод модели обеспечивает преодоление уклонов до 15% и разгон до 6 км/ч, а электромагнитный тормоз обеспечивает безопасность движения. Дополнительно в комплект входят два набора роликовых щеток (для версии B 140 + R 90) или два набора дисковых щеток (для версии B 140 + D 90) средней жесткости, а также два комплекта уплотнительных полос для всасывающей балки.





Новинки



любых твердых напольных покрытий и бак для чистящего средства объемом 10 л.

Подметальные машины

Модель с ручным приводом KM 70/20 C mit 2 SB *Sochi оптимальна для уборки малых площадей в помещениях и на открытом воздухе, так как практически исключает пылеобразование благодаря встроенному фильтру. Универсальная машина одинаково хорошо справится с уборкой паркингов, автостоянок и пешеходных дорожек, больших конференц-залов и других помещений. При оснащении антистатической щеткой модель подходит также для уборки ковровых покрытий или искусственных газонов. Среди достоинств конструкции можно отметить эргономичную рукоятку, которая легко подгоняется под рост оператора и может

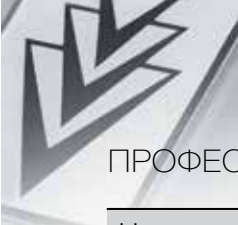
Однодисковая уборочная машина нового поколения с поводковой рукояткой на двух штангах BDS 43/180 C Adv предназначена для чистки твердых и ковровых покрытий, кристаллизации и полировки мрамора, реставрации и полировки эластичных напольных покрытий и деревянных полов.

Складывающаяся поводковая рукоятка машины обеспечивает значительную экономию пространства при хранении и транспортировке, а также возможность

перевозки в легковой машине. Бак легко снимается и может наполняться под краном.

Мощный двигатель и цельнометаллический планетарный редуктор обеспечивают высокий крутящий момент и надежность модели, а универсальная щетка, входящая в комплект, подходит для чистки любых твердых напольных покрытий. Дополнительно в комплект машины входят красная щетка средней жесткости для





складываться при хранении для экономии места, а также настройку прижима щеток, которая обеспечивает их равномерный износ и длительный срок службы. В расширенный комплект поставки входят две откидные боковые щетки, которые увеличивают ширину подметания до 960 мм.

Подметальная машина KM 75/40 W P Edition *Sochi представляет собой компактную и маневренную модель с бензиновым двигателем, оснащенную тяговым приводом и эффективной системой всасывания пыли. Машина оптимально подходит для уборки мусора на паркингах, автостоянках, тротуарах. При этом наличие заслонки для крупного мусора позволяет легко заметить использованные банки, бутылки, пластиковые стаканчики и т.п. Фильтр и цилиндрическая щетка модели заменяются без применения инструментов, что обеспечивает возможность обслуживать

машину в любом месте. В дополнительную комплектацию машины вошли бункер на колесах и регулируемая цилиндрическая щетка.

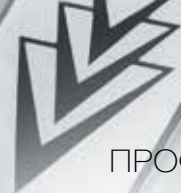
Пылесосы влажной и сухой уборки

Благодаря своей способности справляться с большими объемами не только сухого

мусора, но и влаги, пылесос Kärcher NT 65/2 Ap Me *Sochi является оптимальным решением для уборки в автомастерских и на автомойках, строительных объектах и производстве.

Две мощные турбины модели обеспечивают постоянно высокую силу всасывания, а полуавтоматическая система очистки фильтра увеличивает срок службы и стабильность работы. Пылесос оснащен мусоросборником из нержавеющей стали





Новинки



емкостью 65 л и плоским складчатым фильтром, который обеспечивает большую полезную вместимость мусоросборника и легко заменяется. В расширенный комплект поставки входит дополнительный плоский складчатый фильтр.

Модель NT 35/1 Ар Те *Sochi, сочетающая компактность с высочайшими параметрами производительности, прекрасно справляется с уборкой жидкой грязи и незаменима для клинингового обслуживания мест большого скопления людей, например, вестибюлей гостиниц и ресторанов. Полуавтоматическая система очистки фильтра NT 35/1 Ар Те увеличивает срок службы и стабильность силы всасывания. Особенностью модели является наличие штепсельной розетки для электроинструмента с автоматикой включения/выключения и антистатическая система.



Аппараты высокого давления

HD 6/15 С Plus *Sochi оптимален для чистки высоким давлением воды фасадов зданий, дорожек, уличной плитки, брусчатки, транспорта, спецтехники, оборудования, а также санитарной чистки. Габариты и выдвижная рукоятка позволяют перевозить аппарат в автомобиле, а подготовка к работе происходит быстро



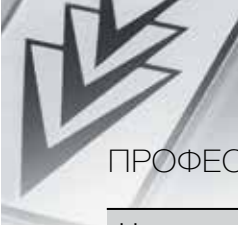
благодаря держателям принадлежностей. 3-поршневой аксиальный насос с керамическими поршнями и латунной головкой блока цилиндров обеспечивает надежность и долговечность конструкции.

Модель предусматривает возможность всасывания воды из открытых водоемов или емкостей. В комплект входят шланг высокого давления длиной 15 м и водяной фильтр.

HD 10/21-4 S Plus *Sochi представляет собой надежный аппарат экстра-класса и подходит для ежедневного устранения больших объемов грязи на промышленных предприятиях, стройплощадках, в сельском, лесном и коммунальном хозяйстве.

Большие колеса с резиновыми шинами позволяют перемещать аппарат по бездорожью или лестницам. Надежный и долговечный 3-поршневой аксиальный насос с керамическими поршнями и латунной головкой блока цилиндров предусматривает возможность забора воды из водоемов. 4-полюсный асинхронный электродвигатель с водяным охлаждением обеспечивает высокий КПД.

Автоматическое манометрическое отключение, защита от скачков напряжения и утечки воды снижают расход энергии и воды и продлевают срок службы аппарата. Максимальное ударное давление струи обеспечивает смывание грязи на 40%



эффективнее аналогов. Аппарат оснащен шлангом высокого давления длиной 15 м, мощным соплом с углом распыления 25° и водяным фильтром.

Аппарат высокого давления с подогревом воды и возможностью чистки паром HDS 8/18-4 M Plus *Sochi предусматривает простую и удобную регулировку давления и расхода воды и режим Eco!efficiency, при котором расход топлива снижается на 20%.

Эффективная система защиты горелки от обызвествления легко настраивается в зависимости от жесткости воды. Особенностью модели является шланг высокого давления длиной 20 м, а в дополнительную комплектацию входят грязевая фреза и 2 флакона умягчителя воды RM 110 емкостью 1 л.

Моющий пылесос

Достоинством пылесоса Puzzi 100 SUPER *Sochi является возможность в одном рабочем процессе осуществлять и разбрызгивание чистящего раствора, и всасывание влажных отделенных загрязнений. С его помощью можно проводить влажную чистку ковровых покрытий и мягкой мебели, химчистку салона автомобиля, влажную уборку гостиничных номеров и мягкой мебели в холлах и ресторанах. Мощная всасывающая турбина устройства



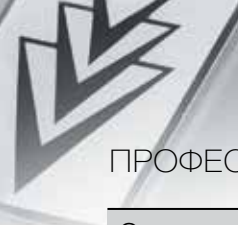
позволяет почти полностью удалить влагу с коврового покрытия. В комплект поставки дополнительно входит ручная насадка для влажной чистки мягкой мебели.

Пылесос сухой уборки

Благодаря низкому уровню шума модель T 12/1 Edition *Sochi подходит для уборки в местах, требующих соблюдения тишины: медицинских учреждениях,

детских садах, гостиницах, музеях и т.п. Конструкция пылесоса позволяет использовать его не только для чистки напольных покрытий всех типов, но и для уборки труднодоступных мест – например, пространства за батареями. Модель оснащена системой 6-ступенчатой фильтрации, включающей стационарный корзинный фильтр и предусматривающей возможность установки фильтра HEPA. Дополнительно в комплект этой модели входит 10 фильтр-мешков.





Нанесение и снятие защитного покрытия

Эластичные напольные покрытия, к которым относятся ПВХ и линолеум, считаются одними из самых популярных напольных покрытий. Описать их можно тремя словами: недорого, практично и эстетично. Именно поэтому ими чаще всего выстилают полы административных объектов, офисов в бизнес-центрах, магазинов, медицинских учреждений. Подобные объекты, как правило, имеют высокую проходимость, в связи с чем эластичным напольным покрытиям требуется регулярная уборка и уход.

Сегодня мы поговорим именно об уходе. К операциям по уходу за эластичными напольными покрытиями относится снятие старого и нанесение нового слоя защитного покрытия.

Снятие защитного покрытия

Существует два способа снятия старых защитных покрытий – с применением химии и без нее.

Первый способ подразумевает использование следующего оборудования:

- низкоскоростная однодисковая поломойная машина (например, BDS 43/180 C);
- приводной диск с зеленым падом;
- пылесос влажной и сухой уборки (например, NT 70/2);
- mop и держатель для мопа с ручкой;
- средство для удаления защитных покрытий (RM 752 для ПВХ и RM 754 для линолеума).

Последовательность операций:

- с поверхности метлой или пылесосом удаляется мусор;
- средство для удаления защитных покрытий участками наносится на покрытие при помощи однодисковой поломоечной машины. Концентрация средства выбирается в пределах 10-15% в зависимости от толщины удаляемого слоя;
- раствор чистящего средства оставляют для воздействия на 10 минут и в течение этого времени обрабатывают поверхность машиной, оснащенной зеленым падом при максимальном давлении прижима. Нельзя допускать высыхания раствора на поверхности;
- поверхность неоднократно обрабатывают машиной вдоль и поперек помещения и в заключение собирают загрязненный раствор пылесосом влажной и сухой уборки;
- покрытие промывают большим объемом воды по одностадийному методу с



- применением мопа с держателем и ручкой и тщательно собирают ее (для нейтрализации) пылесосом;
- поверхности дают высохнуть.

Последние два пункта являются очень важной частью, поскольку при их несоблюдении новое защитное покрытие будет плохо высыхать и ложиться на поверхность.

Второй способ – без применения химических средств. Для его проведения нам потребуется:

- поломойно-всасывающая машина (B 60 W или B 80 W);
- вибрационная головка S 65;
- красный пад и коричневый SPP пад для головки S 65.

Последовательность операций:

- с поверхности метлой или пылесосом удаляется мусор;
- коричневый пад крепится на красный, а он в свою очередь крепится на головку. Чистота колебаний головки составляет 2000 об/мин;





- вода, без применения чистящего средства, подается перед коричневым падом;
- поверхность обрабатывается падом, за счет колебаний и силы прижима головы к поверхности происходит снятие старого защитного покрытия;
- отработанный раствор собирается всасывающей балкой машины. Процесс происходит в один этап, дополнительная промывка поверхности не требуется.

Данный способ позволяет экономить силы, средства и время, а так же безопасен по отношению к окружающей среде.

Нанесение защитного покрытия

После того, как мы сняли старое защитное покрытие, следует нанести новый защитный слой. Средства для нанесения защитных покрытий следует выбирать в зависимости от вида напольного покрытия.

Для испытывающих высокие нагрузки ПВХ-покрытий рекомендуется специальная металлизированная эмульсия RM 740, характеризующаяся высокой износостойкостью и интенсивным блеском, а для линолеума – средство на восковой основе (RM 781), образующее эластичную пленку, которая при нагрузках деформируется вместе с покрытием и не отрывается от него.

Последовательность операций:

- перед нанесением канистру со средством необходимо взболтать;
- средство наносить небольшими лужицами в неразбавленном состоянии на высохшее после чистки напольное покрытие;
- сначала наносится первый слой, дается время ему высохнуть (примерно 30 мин - час), затем наносится второй слой защитного покрытия. Лучше всего распределять продукт сначала поперек, а затем вдоль направления освещения – в таком случае упрощается визуальный контроль равномерности нанесения. При необходимости можно нанести еще один слой.
- через 3 часа после нанесения последнего слоя по покрытию можно ходить;
- окончательное высыхание, гарантирующее полную нагрузочную способность, происходит только по истечении 24 – 48 ч. До этого ни в коем случае нельзя осуществлять влажную уборку пола, поскольку поверхностно-активные вещества, входящие в состав моющего раствора, осаждаются на полимерах защитного слоя и притягивают воду. Вода, размачивающая защитный слой, не дает ему полностью отвердеть. Поэтому в течение этого переходного периода можно лишь осуществлять протирание слегка увлажненным mopом.

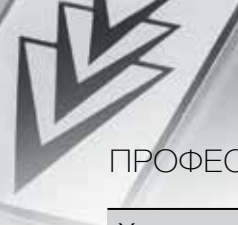
Следует также учесть, что старые напольные покрытия сильно впитывают продукт при первом его нанесении.



Сильно изношенное напольное покрытие



Напольное покрытие после нанесения защитного слоя.



Скромные труженики: на что способны однодисковые машины?

Компактные, мобильные, надежные и простые в обращении, однодисковые машины с успехом применяются для уборки в магазинах, ресторанах, гостиницах, клубах и других предприятиях сферы услуг. Их главное достоинство – универсальность, ведь при помощи сменных щеток и падов машины легко перенастраиваются под самые разные задачи: от глубокой чистки керамической плитки до мытья ковров шампунем.

Поддержание чистоты полов в здании, которое ежедневно посещает множество людей – задача непростая. Устранение следов разлитых напитков, масла или краски, втоптаных в пол крошек, пыли и грязи, принесенных с улицы на подошвах обуви, отнимает немало времени и сил. Причем одни покрытия (например, кафельная плитка) «переносят» такое обращение относительно легко, другие же становятся настоящим испытанием для персонала – любая незначительная грязь заметна издалека, и даже мелкая пыль, забиваясь в рельеф пола, делает его внешний вид неопрятным. Помимо глубокой чистки некоторые напольные покрытия со временем требуют обновления и шлифовки. К счастью, справиться с любой из этих задач способна однодисковая машина.



От дерева до гранита

Машина с одним диском – одна из старейших концепций, применяемых в проектировании оборудования для уборки. Она не теряет своей актуальности на протяжении десятилетий, поскольку, при кажущейся простоте, может очень многое. В частности, однодисковые модели с успехом используются для глубокой чистки фактурных напольных покрытий (например, керамических, имитирующих фактуру дерева, морской гальки, мозаичного панно и т.п.). Их можно использовать для глянцеваания и кристаллизации утратившего блеск натурального камня, полирования и шлифовки паркета. Правильно выбрав вес, скорость, ширину и жесткость щетки или пада, можно настроить под различные задачи. Например, используя алмазные пады, с помощью однодисковой машины можно удалить старое покрытие и качественно обработать поверхность перед нанесением нового.

Низкоскоростные модели используются для мойки полов, глубокой чистки, удаления покрытий, кристаллизации, шлифовки древесины и мытья ковров шампунем.

Для каждой задачи машина должна быть оснащена соответствующей щеткой или падом, водяным баком и моющими средствами.

Двухскоростные однодисковые машины, помимо вышеперечисленных задач, способны производить полировку.

Высоко- или сверхвысокоскоростные однодисковые машины требуются для полировки глянцевых поверхностей.

Машина должна быть:

- удобной и безопасной в обращении;
- эргономичной (это особенно актуально для персонала при продолжительных интервалах уборки);
- легко балансируемой и управляемой (от этого во многом зависит эффективность чистки);
- компактной (хранение) и легкой (транспортировка).

Кроме того, принадлежности модели (щетки, пады, резервуар) должны быть легко заменяемыми.

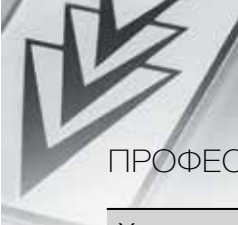
Всем этим критериям отвечает линейка однодисковых машин нового поколения от Kärcher.

Различие – в скоростях с выбором?

Однодисковые машины также можно поделить на три группы в зависимости от скорости.

Выбирая машину, следует обратить внимание на несколько важных моментов.

Модели оснащены надежной регулируемой по высоте и углу наклона рукояткой. Они легко перемещаются даже по ступенькам лестницы благодаря двум парам колес – основным и дополнительным (вторые принимают на



Хиты сезона



Модель **BDS 43/Duo C Adv** имеет низко- и высокоскоростной режим работы (частота вращения щеток 150 и 300 мм). Благодаря двухскоростному режиму она подходит для общей чистки, полировки, кристаллизации, шлифовки твердых полов и чистки текстильных напольных покрытий (для этого на машину дополнительно устанавливается бак объемом 10 л). Весит машина 47 кг.

Полировочная машина **BDP 43/450 C Adv** оснащена мощным двигателем и обладает точной балансировкой, что способствует меньшему износу запчастей. Складная ручка позволяет перевозить машину в багажнике автомобиля и экономит место для хранения аппарата. На рукоятке машины предусмотрен поворотный крюк для хранения кабеля, с его помощью шнур можно надежно зафиксировать и быстро снять.

себя часть веса машины при ее поднятии на очередную ступеньку). Кнопка регулировки подачи воды расположена непосредственно на ручке, что позволяет оператору менять режим, не прерывая работы.

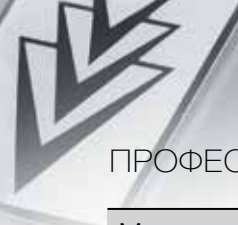
Машины серии Adv оснащены двумя прочными штангами и предусматривают возможность опциональной установки водяного бака с удобной широкой горловиной и ручкой для переноски.

Конструкция всех моделей позволяет чистить напольное покрытие в непосредственной близости от плинтусов и предметов обстановки в помещении.

BDS 33/180 C Adv (Advanced) представляет собой низкоскоростную компактную машину с рабочей шириной 330 мм. Частота вращения щетки может достигать 180 об/мин. Машина отличается простотой монтажа держателя для пада. Ее вес составляет 31 кг, при необходимости можно оснастить ее дополнительным утяжелителем для повышения давления прижима. Опционально машина оснащается водяным баком на 8 литров.

В модели **BDS 43/180 C Adv** с рабочей шириной щеток 430 мм реализована та же конструкция с водяным баком (опция), что и в BDS 33/180, но при этом емкость бака составляет 10 литров. Аппарат весит 40 кг. Так же, как предыдущая модель, машина может осуществлять глубокую чистку, полировать полы из керамогранита, использоваться при чистке ковров по двухстадийному методу (тщательная чистка щеткой со специальным средством, а затем уборка влаги моющим пылесосом).





Подготовка поломоечной машины к уборке: советы профессионалов

Знание особенностей такой техники, как поломоечные машины, помогут начинающим пользователям избежать многих проблем, связанных с освоением и правильной настройкой нового оборудования. В этой статье мы рассмотрим основные моменты, на которые стоит обратить внимание при выборе и работе с поломоечными машинами, а именно: выбор щеточной головки; всасывающие балки и уплотнительные полоски; рабочая скорость уборки. Рассмотрим по порядку каждый из этих пунктов.



Чем отличаются щетки?

Перед вами стоит выбор, какую щеточную головку выбрать для поломоечной машины: дисковую или роликовую?

Чтобы выбрать щеточную головку, нужно четко представлять, какая перед вами стоит задача. В первую очередь, мы должны знать, что существуют разные типы чистки: поддерживающая, промежуточная, основная.

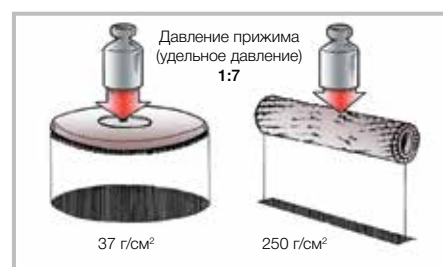
Поддерживающая чистка является ежедневной уборкой, характеризующаяся минимальным расходом чистящего средства, минимальным расходом воды и минимальной силой прижима щеток к поверхности. Служит для устранения легко удаляемых частиц грязи (уличная грязь, пыль...). Промежуточная чистка проводится реже поддерживающей

уборки и служит для удаления сильных загрязнений, которые не удаляются при поддерживающей уборке.

Промежуточная чистка может проводиться один раз в неделю, ежемесячно или раз в квартал. Периодичность проведения промежуточной чистки зависит от объекта уборки и, соответственно, характера загрязнений.

Общая чистка или, как многие говорят, генеральная уборка проводится реже промежуточной уборки, раз в полгода или год. Проводится с целью устранения всех загрязнений, образующихся с течением времени даже при условии оптимальной поддерживающей чистки. Такой тип уборки характеризуется большими трудозатратами и издержками на чистящие средства.

Узел с дисковыми щетками используется при поддерживающей чистке, то есть во время ежедневной уборки. Удельное давление дисковой щетки на единицу



поверхности в 7 раз ниже, чем роликовой щетки. Мы знаем, что для ежедневной уборки отпадает потребность в сильном прижме щетки. Вот поэтому для ежедневной уборки используется дисковая щеточная головка. Но есть объекты, в первую очередь, складские комплексы, характер загрязнений которых таков, что требуется не только мойка, но и подметание поверхности.

Допустим, на полах продуктовых складов может быть разбросана крупа, кусочки бумажной упаковки, мелкий пищевой мусор и т.п.; на полах овощных складов могут



находиться мякоть раздавленных овощей, зерна, куски упаковки, щепки паллет; в складских комплексах промышленных товаров необходимо убирать различный сухой мелкий мусор. В таких случаях чаще используется роликовая щеточная головка. Почему? У роликовой головки есть своя особенность – она имеет бункер для сбора сухого мелкого мусора. Непосредственно за роликовыми щетками расположен небольшой мусоросборник. Две роликовые щетки имеют встречное вращение, и вторая щетка методом перебрасывания собирает мелкий мусор в небольшой бункер. Это очень удобная функция при работе на сильно загрязнённых покрытиях с наличием небольшого мусора. Оператору не приходится беспокоиться за попадание мусора во всасывающую балку и канал, что может сказаться в итоге на эффективности чистки.

Роликовые щетки пригодятся также, если возникнет необходимость в промежуточной или общей чистке. При этом следует помнить, что роликовые щетки ни в коем случае нельзя использовать на эластичных покрытиях (линолеум, ПВХ...). Скорость вращения дисковых щеток составляет 180 об/мин., а роликовых – от 300 до 1300 об/мин, то есть, в несколько раз больше! При этом, как мы знаем, удельное давление на поверхность у роликовых щеток в 7 раз выше, чем у дисковых. Поэтому при использовании роликовых щеток на чувствительных

покрытиях очень велик риск «прожечь» верхний слой линолеума или ПВХ. Стоит оператору отвлечься и перестать перемещать машину, как роликовые щетки моментально испортят покрытие, на котором останутся белесые полосы!

Итак, мы выяснили: дисковые щетки используются при поддерживающей (ежедневной) уборке, в то время как роликовые щетки применяются для промежуточной и основной чистки, и в некоторых случаях для поддерживающей чистки.

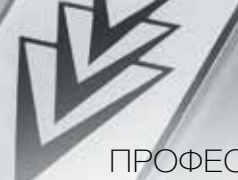
Щеточные головки стандартно поставляются с красными дисковыми или роликовыми щетками средней жесткости. Но для решения разных задач можно дополнительно заказать щетки другой жесткости. Хотя, как показывает практика, красные щетки средней жесткости неплохо справляются со стандартными загрязнениями, причем на разных типах покрытий.

Не стоит также забывать про микроволоконные роликовые щетки. Их задача – удалять грязь из пористых покрытий (керамогранитная плитка, терракота) и углублений сильно структурированных полов (сланец, гранит, каменный ковер).

Микроволокно (микрофибра) – это ткань, произведенная из волокон полиэфир



или других полимеров. Волокна такой ткани имеют толщину всего в несколько микрон. К примеру, современная микроволоконная нить при длине в 100 000 метров весит всего 6 граммов! Отсюда и уникальные свойства микроволоконных щеток. Благодаря очень малому диаметру сечения нити и большой площади соприкосновения они обладают повышенной впитывающей



способностью. Щетка способна также эффективно удалять грязь из глубоких пор и относительно больших углублений структурированных покрытий.

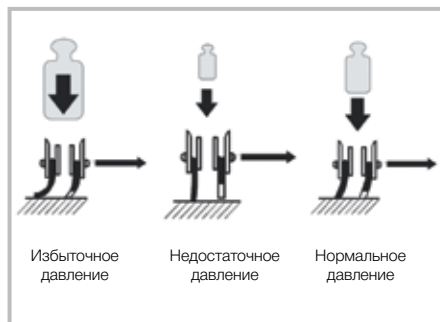
От чего зависит выбор формы всасывающей балки?

Важной задачей поломойной машины является также сбор отделенного от покрытия загрязнения. Необходимо, чтобы за машиной не оставалось никаких следов, в том числе остаточной влажности, в противном случае пол окажется скользким. Вот почему очень важно знать факторы, влияющие на сбор грязевого раствора. Основным из них является тип покрытия. На сегодняшний день компания Kärcher выпускает прямые и изогнутые всасывающие балки. Первые используются только на бесшовных покрытиях. При попытке использовать их на плиточных полах или других покрытиях со швами, прямая балка будет подпрыгивать в месте стыка плиток. Соответственно, в этом месте будет оставаться небольшая лужа несобранной жидкости. Однако, если стоит задача чистки плиточной поверхности, а у вас в наличии только прямая балка, не опускайте руки. Попробуйте чистить поверхность, направляя поломойную машину под углом к линии шва.

Это поможет избежать критичного «подпрыгивания» балки и добиться более эффективного сбора жидкости. Но, как правило, плиточные полы убирают все же с помощью специально предназначенной для этого изогнутой балки. Это относится также и к плиточным эластичным покрытиям. Благодаря параболической форме изогнутая балка в любом случае будет наезжать на швы под углом, что увеличит эффективность сбора жидкости.

Не следует также забывать, под каким углом к поверхности должна быть установлена всасывающая балка. На рисунке показано правильное положение балки относительно поверхности.

Угол регулируется с помощью поворотного



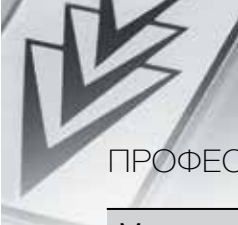
барашка, который находится на узле крепления балки. Данные рекомендации относятся к прямой балке. А изогнутая балка в регулировке не нуждается, так как за счет своей параболической формы

оптимально прилегает к поверхности, находясь в вертикальном положении.

Как подобрать уплотнительные полоски?

Вместе с типом всасывающей балки необходимо правильно подобрать комплект уплотнительных полосок. И здесь выбор также зависит от типа покрытия. Существуют уплотнительные полоски трех видов: профилированные (стандартные); шлицевые (с прорезями) и сплошные.

При работе на эластичном (например, наливной пол) или твердом (бетонный пол) бесшовных покрытиях необходимо применять шлицевые полоски. Они также подойдут для чистки плиточного пола, хотя для этой цели можно использовать и стандартные полоски. В стандартной комплектации машины оснащаются всасывающими балками с полиуретановыми маслястойкими стандартными уплотнительными полосками, так как они в 80% случаев подходят для чистки используемых современных покрытий. Когда же речь идет о структурированном покрытии, следует применять только сплошные полоски, так как из-за углублений в покрытии уже создается необходимое разрежение для всасывания жидкости, а

**Типы уплотнительных полос:**

- 1** профилированные (стандарт)
- 2** с прорезями
- 3** закрытые

значит, необходимость в наличии каких-либо прорезей в полосках отсутствует. Что произойдет, если при чистке структурированного пола использовать стандартные или шлицевые полоски? Из-за наличия углублений в поверхности

и прорезей в полосках разрежение будет очень маленьким, и его окажется недостаточно для сбора грязи.

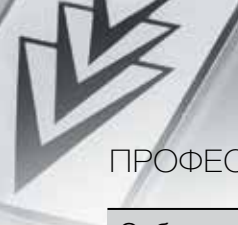
Как выбрать рабочую скорость?

Максимальная скорость поломойной машины составляет 6 км/ч (для BR 100/250 - 7 км/ч). Но это не означает, что, с такой скоростью бегая за машиной, можно увеличить производительность уборки. Конечно, установив скорость на максимум, можно сократить время уборки заданной площади, но что при этом произойдет с качеством? Вполне вероятно, оператору придется повторно проходить с машиной загрязненные участки, а значит, никакой экономии времени достичь не удастся. Почему? Напомним, одним из важнейших факторов эффективной чистки является время воздействия чистящего средства на загрязнение. Посмотрим принцип работы поломойной машины. Сначала на щеточный узел подается чистящее средство, потом оно вместе с грязью должно быть собрано всасывающей балкой. Расстояние между щетками и балкой составляет около одного метра. То есть мы должны дать определенное время, чтобы чистящее средство воздействовало на загрязненное покрытие на отрезке в один метр. Если пересчитать скорость 6 км/ч на сравнимые единицы измерения, то получим примерно

1,67 метра в секунду. Естественно, при таком показателе скорости невозможно эффективно отделить грязь.

Так какова же оптимальная скорость уборки? Она равняется 2,5-3,5 км/ч. В первую очередь, она зависит от объекта уборки и времени уборки (ночь или день). При высокой заставленности помещения рабочая скорость будет ниже, так как оператору потребуются чаще маневрировать и, тем самым, снижать скорость чистки. Если уборка производится в торговых центрах днем, то рабочая скорость будет ниже при идентичной уборке ночью. Здесь важным аспектом является безопасность работы машины в условиях большой проходимости посетителей. Во избежание установки неправильного скоростного режима, рекомендуется сразу ограничить максимальную скорость в настройках меню (на модели В 80) или с помощью поворотного регулятора (на машинах В 40 и В 60).

Итак, мы ознакомились с основными правилами, которые нужно знать, чтобы максимально использовать возможности поломоечной машины и надолго сохранить оборудование в работоспособном состоянии. Если же у вас остались вопросы, специалисты компании «Керхер» с удовольствием ответят на них, помогут выбрать модель и аксессуары, оптимально соответствующие конкретной задаче, а также проведут обучение персонала.



Проект «Региональные склады»: начало положено

В середине июля в Краснодаре открылся первый региональный склад компании Kärcher. Техника и аксессуары на него будут поставляться напрямую из Германии. Планируется, что впоследствии аналогичные склады появятся и в других регионах России.

Необходимость организации сети региональных складов продиктована растущими потребностями рынка. Эта мера позволит компании Kärcher свести к минимуму риск возникновения дефицита, еще быстрее реагировать на потребности клиентов, обеспечить необходимый запас техники и аксессуаров и оптимизировать логистические расходы, совместив поставки для сбытовых групп одного региона.

Склад расположен недалеко от филиала компании «Керхер» в г. Краснодар. Центральная часть Южного Федерального округа была выбрана потому, что является точкой пересечения основных потоков отгрузок для дистрибьюторов и потенциальных клиентов (270 км до Ростова, 320 – до Сочи, 280 – до Ставрополя и т.п.)

При поиске места рассматривались только помещения А-класса, отвечающие самым современным требованиям. Высота потолков составляет 10 м; железобетонные полы с антипылевым покрытием выдерживают нагрузку до 6000 кг/м², в зимний период будет поддерживаться температурный режим +15-16 °С.

Общая площадь составляет 1 124 м², на ней можно разместить до 1530 евро палет. Планируется, что на складе будут постоянно находиться от 20 до 50 наименований товаров – преимущественно самые ходовые модели бытовой техники и аксессуары к ним.



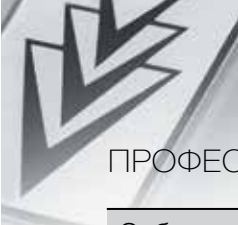
На территории предусмотрены 2-секционные ворота и парковка на 5 машин.

Уже в начале августа, сразу по завершении монтажа оборудования и обучения сотрудников, начались первые тестовые отгрузки.

«Конечно, подготовка к открытию первого склада, как и любая новая задача,

поначалу вызвала множество вопросов, - рассказывает Валентина Досаева, руководитель отдела логистики ООО «Керхер». - Нужно было учесть массу критериев, чтобы прийти к оптимальному решению. Однако это неоценимый опыт, потому что теперь мы отработали схему и готовы к открытию новых складов в других регионах страны».





«Хрустально» чисто!

1 августа администрация города Екатеринбурга провела XI городской конкурс «Лучший по профессии» в номинации «Мойщик подвижного состава автомобильного транспорта». Главный приз соревнования, профессиональная мойка HDS 8/18 серии Sochi, досталась коллективу автомоечного комплекса «Хрустальная».



режим Eco!efficiency, при котором расход топлива снижается на 20%.

Возможность чистки паром и грязевая фре-за, входящая в комплект, позволяют справиться практически с любыми загрязнениями – такой аппарат придется как нельзя кстати на любой автомойке! Стремление обладать ценным призом сделало соревнование еще более азартным.

По результатам испытаний оргкомитет конкурса, куда входило руководство администрации города и представители партнера ООО «Керхер», компании Chistoff, присудил главный приз команде автомоечного комплекса «Хрустальная».



Конкурсы, проводимые среди автомойщиков, давно стали доброй традицией на Урале. Вот уже много лет они проводятся в Екатеринбурге, Свердловской области и Пермском крае, а компания «Керхер» с удовольствием принимает участие в этих соревнованиях в качестве спонсора.

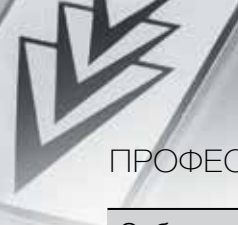
Нынешний год не стал исключением: борьба команд автомойщиков Екатеринбурга развернулась за главный приз – аппарат высокого давления экстра-класса с подогревом воды HDS 8/18 *Sochi.

Эта мойка оснащена шлангом высокого давления длиной 20 м и предусматривает

Не остались без призов и остальные участники – все они получили 20-литровые канистры высококачественного автошампуня K/Parts. Ну, а проигравшим «подложили свинью» в хорошем смысле этого слова – в качестве утешительного приза им достался жареный поросенок.

Конкурс в Екатеринбурге проходил уже 11-й раз. И, судя по интересу, который он вызывает уже более десятка лет, Урал славится на всю Россию не только рудой и камнями-самоцветами, но и... автомойками!





Международная конференция по клинингу в Москве: успешный старт!

Весной 2013 г. компания Kärcher выступила генеральным партнером первой в России Международной клининговой конференции. Мероприятие «Технологии чистоты: секреты совершенства!». Встреча более чем 200 представителей различных сегментов российского клининга оказалась очень плодотворной и дала богатую почву для живого общения и дискуссий.

Доклады участников конференции касались самых актуальных для российского клининга тем. Слушатели получили возможность узнать о новейших открытиях в области технологий чистоты, ознакомиться с опытом работы российских и зарубежных компаний, обсудить накопившиеся вопросы, пообщаться с экспертами и коллегами.

Ключевой темой пленарного заседания конференции стало развитие технологий клининга в России и в мире. С приветственными словами к участникам мероприятия обратился Олег Минаев, генеральный директор ООО «Керхер», дочернего предприятия концерна Alfred Kärcher GmbH & KG в России. Он с удовлетворением отметил, что клининговый бизнес в России развивается темпами, значительно опережающими западные, но также обозначил ряд связанных с этим проблем роста, характерных для любого молодого рынка. Обратившись к мировому опыту, Олег Минаев привлек внимание собравшихся к тому факту, что в Германии клининг как профессиональная область деятельности существует официально с 1934 года, и на сегодняшний день в этой сфере задействовано более полумиллиона человек, что составляет 1% трудоспособного населения страны. Кроме того, он призвал к формированию в России четко определенных стандартов «что такое чисто», которые помогли бы защитить клиентов от некачественных товаров и услуг, портящих рынок и вредящих репутации честных игроков. Он также подчеркнул, что данная конференция - это шаг к созданию информационной площадки для обмена мнениями и выразил надежду, что такие встречи станут для всех традиционными.

С обзором рынка профессиональной уборки в Европе выступила Хельге Альт, директор центра профессиональной подготовки кадров для клининга, Puhaustusekspert OÜ (Эстония). Среди проблем, с которыми сталкиваются операторы по уборке, Хельге назвала: большое давление цены; большую текучесть рабочей силы, отсутствие специальной подготовки персонала, нелегальную рабочую силу, низкое качество оказываемых услуг. Она также выделила ключевые факторы эффективной уборки, среди которых профессиональные знания и навыки руководителей работ и специалистов



по уборке, четко продуманная концепция приобретения моющих средств, инструментов и машин.

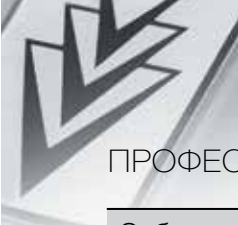
Специальным гостем конференции стала Марала Чарыева, директор функционального подразделения по организации питания, уборки и удаления отходов АНО «Оргкомитет «Сочи 2014». В своем докладе Марала выделила наиболее значимое направление деятельности по экологическому сопровождению подготовки и проведения Игр, а именно управление отходами, включая их сортировку и разделение на потоки, которое осуществляется с использованием самых современных достижений в области технологий. После проведения Игр 2000 года в Сиднее Оргкомитет «Сочи 2014» является первым Организационным комитетом, применяющим комплексный подход к управлению отходами. Уже сейчас в Сочи осуществляется переход от традиционной системы захоронения городских отходов к современным мусоросортировочным предприятиям.

Совладелица группы компаний «Ронова» Маргарита Авдеева в своем выступлении отметила: «В столице наблюдается кадровый голод — не хватает простых рабочих, готовых заниматься тяжелым физическим трудом.

В среднем один уборщик за смену, что составляет 12 часов, убирает и поддерживает чистоту на площади 2 000 кв. м. Такой тяжелый физический труд при сравнительно небольшой зарплате приводит к тому, что уборщики часто меняют место работы — в среднем раз в 3 месяца». В качестве решения проблемы Маргарита Авдеева предложила на государственном уровне установить минимальный рыночный размер оплаты труда для неквалифицированных рабочих, что, по мнению Маргариты, может стать реальным выходом из кадрового тупика.

Екатерина Важенкова, Executive Housekeeper Holiday Inn Simonovsky, ответила на вопросы о том, каковы ожидания отеля относительно моющих и дезинфицирующих средств, а также поделилась своими наблюдениями о том, чего ожидают гости, приезжающие в отель, в отношении чистоты.

Среди факторов, тормозящих развитие клинингового рынка, Мария Вольпина, главный редактор журнала «Клининг», выделила незаинтересованность государства в развитии клининговой отрасли, низкий уровень знаний исполнителей и заказчиков, российский менталитет и разобщенность клинингового сообщества.



События

Динамику развития отрасли представил в своем докладе Сергей Гинчук, технический редактор журнала «Профессиональная уборка»: по его мнению, охват рынка современными клининговыми технологиями составляет около 20-25%, удельный рост с 2005 года оказался небольшим из-за постоянного ввода новых объектов недвижимости на протяжении последних восьми лет, а также благодаря развитию индустриального клининга и небольшого роста доли рынка профессиональной уборки в домашнем секторе. В настоящее время ожидается стабильный и значительный прирост рынка благодаря новому строительству и дальнейшему повышению спроса на специализированные операции.

Бурные обсуждения в рамках специального дискуссионного зала вызвала тема ценовых войн. По мнению участников, минимальные цены при заключении контракта, как правило, предполагают низкий уровень сервиса.

В докладе Веры Глебовской, УПЦ «Клининг Мастер», были раскрыты направления оптимизации затрат клининговой компании, среди которых четкое согласование объема работ и уровня качества по договору, отлаженность бизнес-процессов, стандартизация техпроцессов и обучение персонала, повышение производительности и эффективности, и многие другие.

Доклад Веры Ушаковой, НПФ «Химитек», прошел под девизом: «Внедрение технологий профессиональной уборки в ЛПУ – это важно!» Вера Николаевна сообщила: около 2 млн. пациентов в год заражаются инфекционными болезнями в больницах, из них около 100 000 умирают. 20% — результат плохой уборки больниц. Основываясь на собственном опыте, Вера Николаевна рассказала, как клининг

может контролировать внутрибольничные инфекции. Она также выделила главные причины медленного внедрения клининга в лечебных учреждениях: недооценка важности создания чистого пространства в лечебном учреждении; совмещение должностей медицинской сестры и санитарки. В Европе и других странах, персоналу, занятому уходом за больными, запрещено заниматься уборочными работами.

Катарина Кунле, руководитель направления ECO!Manager и Healthcare концерна Kärcher, представила новое программное обеспечение для планирования, отслеживания и анализа клининговой деятельности на объекте. Она подчеркнула, что современный уровень развития клининга предполагает переход от единичных услуг к специальным предложениям и мульти-сервисам, который требует построения новых отношений между поставщиком услуг и клиентами.

Решением в данной ситуации могут стать специальные программные продукты, которые помогут добиться более прозрачной отчетности, упорядочить документооборот, планировать ресурсы и контролировать качество выполненных работ. Так, представленная Катариной система ECO!Manager помогает: вести учет рабочего времени и задач каждого сотрудника; осуществлять онлайн мониторинг объекта через WEB-интерфейс; предоставлять отчеты о деятельности, содержащие детальную информацию о помещении, специальные задачи по уборке и сроки их выполнения; контролировать качество, анализируя результаты и планируя будущие действия. Система позволяет также следить за состоянием оборудования, устранением его неисправностей, соблюдением графика сервисной поддержки и т. п.

О необходимости сертификации услуг клининга рассказала Елена Ермекбаева, руководитель Органа сертификации услуг клининга, «РОСТЕСТ».

Завершил конференцию доклад Светланы Кончевой, менеджера по производственной санитарии Кондитерского предприятия «Полет». Светлана отметила, что в пищевой промышленности действуют особенно строгие требования к чистоте и санитарно-гигиеническому состоянию всех поверхностей, на «КП «Полет» уборка и очистка производственных площадей осуществляется в соответствии с разработанными программами уборки, используется как отечественная, так и зарубежная химия. Особые требования предъявляются к препаратам для дезинфекции и к инвентарю. Препараты не должны иметь сильных запахов. «На нашем предприятии мы остановили выбор на препаратах на основе ЧАС и гуанидина, микробиологический мониторинг показал, что их применение позволило не только добиться микробиологической чистоты, но и избавиться от такой проблемы как заплесневение продукции при длительном хранении. Также опыт компании показал, что выгоднее закупить один раз дорогой, но качественный инвентарь известного производителя. Цветное кодирование также оказалось очень удобным, оно упрощает контроль работы уборщиц».

В 2014 году совместно с компанией infomedia Russia «Керхер» планирует проведение следующей конференции по данной тематике. Надеемся, что подобные встречи станут традиционными и будут способствовать развитию и упорядочению клинингового рынка в России. Ведь от этого зависит качество услуг и защищенность потребителей.



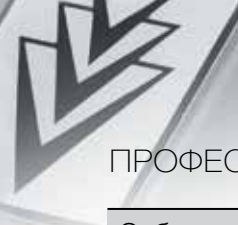
Хельге Альт, директор центра профессиональной подготовки кадров для клининга, Puhaustusekspert OÜ (Эстония).



Вера Ушакова, д.х.н., директор НПФ «Химитек».



Катарина Кунле, руководитель направления ECO!Manager и Healthcare, концерн Kärcher.



Истинно немецкое качество — для России

В июне группа российских журналистов посетила головной офис, логистический центр и несколько заводов компании Kärcher в Германии. С любезного согласия главного редактора журнала «Грузовик-Пресс» Александра Еремцова мы перепечатаем статью, написанную для журнала «Склад и техника», в которой он делится своими впечатлениями о поездке. Также читайте статью Александра Еремцова «Клининг для грузовика» в сентябрьском номере издания «Грузовик-Пресс».



Если я заявлю, что современный склад совершенно не может существовать без уборочного оборудования, то не скажу ничего нового. Это понятно всем.

Новозникает другая проблема. Современные складские комплексы и терминалы — это высокотехнологичные системы, которые для своего обслуживания требуют не менее высокотехнологичного оборудования. И тем, кто содержит такие комплексы, совершенно понятно, что, например, техника китайской сборки, даже если на ней красуется бренд западноевропейской компании, с установленными задачами может не справиться.

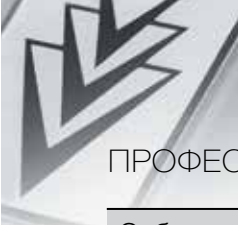
Но даже если она будет в состоянии их выполнить, то такой подход, например к уборке продуктовых складов, можно считать непрофессиональным. Здесь требуется оборудование с высокой степенью надежности, изготовленное и собранное в Европе, желательно в Западной. Но где же такое найдешь — ведь сейчас все собирается в Китае? Оказывается, не все.

Ведущий немецкий производитель оборудования для уборки и очистки, компания Kärcher, пригласила группу российских журналистов из разных городов посетить свои производственные площадки в Германии. Повод для этого был основательный — второй раз в своей истории компания поменяла корпоративный цвет продукции. Напомню, что первый раз смена цвета — с синего на желтый — произошла в 1974 г. Теперь же все оборудование для профессионального использования выпускается в цвете «антрацит».

Такая окраска несет в себе нечто большее, чем просто смена дизайна, — в этом и отражение стратегии компании, ориентированной на клиентов, и ответ на их многочисленные пожелания. Как показало время, желтый цвет слишком яркий и в тоже время маркий. А вот новый цвет профессионального оборудования устраняет все эти визуальные недостатки и в то же время упрощает выбор категории техники.



Руками вот таких симпатичных немцев собирается отличное оборудование Kärcher



События



Заводы Kärcher работают только под заказ. Этот аппарат высокого давления поедет в Россию

Но и продукция желтого цвета, а также реже встречающегося белого цвета со сборки не уходит – эти краски послужат для оформления техники, которая используется в быту, – для дома, сада и наружной уборки. Все это мы и увидели, побывав на заводе в Виннендене.

Родовое гнездо

Я неоднократно бывал на разных немецких производствах. В основном они небольшие (если сравнивать с нашими заводами). Завод в Виннендене я также не могу причислить к масштабным производствам, но и назвать его маленьким было бы неправильно.

Особенно приятным оказалось то, что на заводе присутствовала в самом хорошем смысле этого слова очень домашняя, доброжелательная и семейная атмосфера: предприятие основал Альфред Керхер в далеком 1935 г., и до сих пор оно остается семейным.

После смерти Альфреда в 1959 г. компанию возглавила его жена Ирен. За три десятилетия ее деятельности она стала всемирно известной и интернациональной: в 1962 г. открылся филиал во Франции, следом были открыты подразделения в Австрии и Швейцарии. Еще через несколько лет открылся завод в Бразилии. В течение 10 лет Ирен основала 16 дочерних предприятий, которые расположились в разных регионах мира, включая Северную Америку, Африку и Австралию. К 2008 г., когда компанией уже руководили дети Ирен – Йоханнес Керхер и Сюзанна Циммерман, Kärcher имела свои производства уже в 41 стране и 40 тыс. сервисных центров более чем в 190 странах. Завод в Виннендене – это родовое гнездо компании Kärcher, именно здесь было



Шланг профессионального пылесоса выполнен из эластичного и прочного материала...



... который не боится жестких перегибов ...



... если же после многократных деформаций образовался разрыв, его легко устранить, укоротив шланг

основано первое предприятие. Сегодня в цехе, где когда-то начиналось производство, открыт музей компании.

Центральный офис тоже находится в Виннендене, здесь же, через дорогу от завода, разместился исследовательский центр. По вполне понятным причинам фотографировать нам его не разрешили, но, поверьте на слово, он заслужил бы отдельной публикации, будь на то моя воля. Центр оснащен самым современным оборудованием, в нем имеется несколько исследовательских лабораторий и мощный испытательный полигон.

Сборочное производство на заводах компании Kärcher организовано традиционно для многих немецких производств. Здесь нет ничего лишнего, комплектующие заказываются со склада по заявкам и доставляются на сборку роботизированными тележками без помощи человека. Несмотря на то, что некоторые операции выполняются роботами, ручного труда много, и без него никак не обойтись.



Роботизированная тележка доставляет комплектующие без участия человека

На заводах компании Kärcher очень низкая текучесть кадров – это особенность частного предприятия. Ее сотрудники дорожат своим местом и делают все, чтобы его не потерять. В связи с этим средний возраст работников завода – за 40 лет. В основном это коренные немцы, так что о продукции Kärcher, изготовленной в Германии, можно говорить как об оборудовании со знаменитым немецким качеством.

Руководители компании смело заявляют, что такая же организация труда имеет место



События



Акустическая лаборатория по испытанию техники Kärcher по уровню шума. Вторую такую в Европе нужно поискать...

на всех ее заводах. Не имеет значения, откуда товар пришел в Россию, в любом случае он будет высокопроизводительным и надежным. Кстати, а откуда оборудование Kärcher поставляется в Россию? Этот вопрос интересовал не только меня: ведь известно, что у компании есть завод и в Китае. Мы получили конкретный ответ на этот вопрос: профессиональная техника Kärcher в Россию поставляется только из Германии. Оборудование, собранное в Китае, направляется исключительно в страны Юго-Восточной Азии. Все сомнения рассеялись, когда на линии упаковки журналисты увидели аппараты высокого давления с логотипом «Поставщик Игр

Сочи-2014», предназначенные для отправки в Россию.

Айс-технология

После показа сборочной линии состоялась демонстрация новой линейки профессионального оборудования: полумоечных машин, моечных аппаратов высокого давления, подметальных машин, пылесосов и аппаратов для очистки ковровых покрытий. Об этом отличном оборудовании неоднократно писали в журнале «Склад и Техника». Но особо заинтересовали меня аппараты для очистки сухим льдом.

Трудно представить себе производственный процесс, при котором оборудование, рабочие поверхности, детали, узлы и механизмы оставались бы абсолютно чистыми. Во многих случаях проблема легко решается при помощи абразивной чистки и применения химических средств, однако эти методы не всегда желательны (например, из-за контакта с пищевым сырьем или риска разрушения специальных покрытий на деталях). В таких случаях оптимальным решением становится технология очистки сухим льдом, реализованная в аппаратах Kärcher серии Ice Blaster.

Чистку сухим льдом называют «криобластинг». Такая технология не требует демонтажа оборудования, поскольку гранулы сухого льда размером не более 3 мм, разогнанные сжатым воздухом до скорости более 150 м/с, легко проникают даже в труднодоступные места. Это обеспечивает существенную экономию времени по сравнению с классическими способами мойки. Еще одним неоспоримым

преимуществом технологии является отсутствие необходимости в просушке деталей, узлов и резервуаров после мойки – оборудование сразу же готово к работе. Очистка производится без применения химикатов и абразивных средств: слой грязи замерзает, растрескивается и легко удаляется с поверхности любой фактуры и формы. Низкая (-79°) температура гарантирует уничтожение бактерий и грибов. Технология экологична, так как сухой лед сублимируется, полностью превращаясь в углекислый газ, не оставляет следов и не образует сточных вод.

Аппараты для очистки сухим льдом достаточно мобильны и могут легко перемещаться из одного цеха в другой. Линейка Kärcher серии Ice Blaster объединяет



Ice Blaster: модели IB 7/40 и IB 15/120



Чистящие средства для своего оборудования Kärcher делает сам...



...и разливает на заводе в г. Зульцдорфе



События



Загрузка контейнера IB 7/40 сухим льдом



Криотехнологии на службе чистоты: лед вместо химии и абразивов.

модели IB 7/40 в комплектациях Classic и Advanced и новинку 2013 г. – IB 15/120 для решения более масштабных задач.

Оберзоннтайм: производство и логистика

Завод в Оберзоннтайме специализируется на изготовлении комплектующих для техники Kärcher, многие из которых делаются из листового материала. На его территории также расположен огромный логистический центр.

Одно из его подразделений – это полностью автоматический склад 100 м в длину и 31 м в высоту. Сюда помещается 15,3 тыс.

палет, 55 тысяч различных деталей, и их количество увеличивается с появлением новых разработок. Главная особенность этого склада состоит в отсутствии людей. Как только поступает заказ на определенное количество деталей, автоматизированный склад сразу начинает реагировать, он формирует заказ и отправляет его на упаковку и отгрузку. Рядом строится еще один склад, и он тоже будет автоматическим.

Особое внимание хотелось бы уделить расположенному здесь же заводу по сборке подметальных машин. Это небольшое производство, но тем оно и примечательно. Завод в Оберзоннтайме кардинально отличается от завода в Виннендене, где повсюду используются конвейеры. Здесь технологический процесс построен совсем по-другому: производство подметальных машин в Оберзоннтайме – это ручная работа, как сборка легковых машин самого высокого класса.

Логистические службы доставляют комплектующие в определенные зоны, которых несколько. В каждой такой зоне работают два сборщика. Все, что используется ими при работе, подписано – каждый ящик, каждый инструмент. Дело в том, что здесь нет персонального инструмента, все общее. И когда новая смена приходит на рабочее место, она должна точно знать, что и где находится и для чего предназначено.

Первое тестирование собранной машины проводится на рабочем месте. Это тоже отличительная черта данного завода. На заводе в Виннендене абсолютно каждый аппарат после сборки тестируется по 30 параметрам, и данные этой диагностики сохраняются в памяти компьютера в течение десяти лет. В Оберзоннтайме проверку на качество также проходит

каждая собранная подметальная машина, причем многократно на разных этапах, объем выпускаемой здесь техники небольшой, но ее качество очень высокое.

Право на выбор

Среди множества альтернатив по выбору оборудования для мойки, чистки и уборки лично я выбрал бы продукцию Kärcher. И дело не только в качестве.

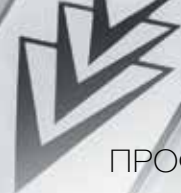
На сегодняшний день у этой компании работают 78 специализированных центров демонстрации, продаж и технического обслуживания своей продукции в 55 городах России. 160 сервисных центров Kärcher, соответствующих стандартам международной гарантии, открыты в 95 городах России. Некоторые скажут: раз оборудование ломается, значит, оно не такое и качественное.

Чаще всего, скажу я вам, ломается техника от неправильной эксплуатации и выполнения непосильных задач. Часто из экономии покупается маломощный и непрофессиональный аппарат, а вот требования к нему предъявляются сверхпрограммные. В результате после полугодовой эксплуатации оборудование выходит из строя и поступает на ремонт. В итоге, как это часто бывает, экономится копейка, а теряется рубль...

В конце 2012 г. компания стала поставщиком Олимпийских Игр 2014 года в Сочи в категории «Клининговое обслуживание мероприятий». Претендентов было немало, но выиграла именно Kärcher, и это важный показатель уровня качества и сервиса этого бренда.



Сборка подметальной машины производится полностью вручную



Расклад сил и тенденции рынка поломоечных машин

Компания AS MARKETING (ООО «Академия-Сервис») подготовила статистический экспресс-обзор российского рынка поломоечных машин, целью которого была оценка структуры, динамики и тенденций импорта уборочного оборудования в 2010-2012 гг.



Все оборудование было поделено по функциональному назначению на 4 сегмента: поломоечные, подметальные машины (включая электровеники и механические щетки), полотеры (однодисковые машины для уборки пола) и комбинированная техника (преимущественно самоходные машины весом не менее 600 кг и стоимостью свыше 13 тыс. долл. за единицу).

Из отчета следует, что в 2012 году в Россию было ввезено 12 тыс. единиц техники на сумму свыше 18 млн долл. В структуре импорта преобладают поломоечные машины, доля которых составила около 70% в натуральном и 80% в стоимостном выражении. При этом рост импорта поломоечного оборудования в стоимостном выражении в 2012 году составил 28%, что на 10% больше по сравнению с 2011 годом.

Среди стран-импортеров поломоечных машин выделяется лидирующая пятерка, куда входят Германия, Италия, Китай, Нидерланды и Швейцария. Их общая доля в импорте составляет 85% в натуральном выражении. В стоимостном выражении лидирует Германия (37% импорта) – из этой

страны в 2012 году было завезено более 2 тыс. поломоечных машин на общую сумму 5,7 млн долл. При этом 72% немецкого импорта поломоечных машин составляет техника Kärcher. Та же картина наблюдается и в распределении по брендам: в 2010-2012 гг. в стоимостном выражении Kärcher принадлежала доля 25-33%, второе место с 16-23% занимает Tennant, третье – Nilfisk (8-13%).

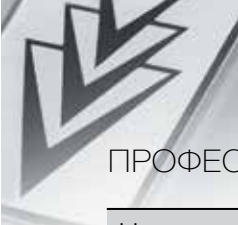
Что касается подметальных машин, то их доля в импорте гораздо ниже – в натуральном выражении она составляет около 20%, а в стоимостном – в половину меньше. Тем не менее, в 2010-2011 гг. ежегодно в Россию было завезено подметальных машин на сумму 1,3 млн долл, а в прошлом году импорт вырос более чем в 2 раза – до 2,8 млн долл.

Доля полотеров в оборудовании для уборки полов составляет в натуральном выражении около 10%. Пик роста импорта пришелся на 2011 год, когда в Россию было завезено оборудование этой категории на сумму 1,6 млн долл. Лидером в этом секторе на сегодняшний день выступает Швейцария с

натуральным и стоимостным показателями 28 и 17% по данным на 2012 год, за ней следуют Китай (27 и 13%), Германия (21 и 34%) и Италия (20 и 28% соответственно). Основными брендами поставляемых в Россию полотеров в 2010-2012 году были Kärcher, Cleanfix и Chaobao.

Комбинированные машины представляют собой самый малочисленный по объему и самый дорогостоящий сегмент импорта. Так, в 2012 году было ввезено 17 единиц такой техники общей стоимостью около 400 тыс. долл. При этом 9 из 17 машин были ввезены из Германии. Стабильными лидерами поставок комбинированных машин в Россию являются Kärcher, Nilfisk и Tennant с преобладанием доли первого как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

Отчет подготовлен на основании данных Федеральной Таможенной Службы в качестве информационного продукта, дающего представление о динамике импорта поломоечного оборудования. При статистической обработке информации использовались коды ТН ВЭД.



Как моют поезда?

Компания Idalika, специализирующаяся на обслуживании торговых, административных, транспортных и других объектов, приобрела два автономных аппарата Kärcher HD 1040 B, а также поломоющую машину B 140 R Bp Pack для обеспечения чистоты аэроэкспрессов и здания депо.

Все давно привыкли к уборочной технике в метро, на улицах и автостоянках, в кинотеатрах, гостиницах и торговых центрах, но мало кто знает, как «принимают ванну» поезда. Динамично развивающаяся компания Idalika – один из участников этого процесса, который оказывает сервисные услуги транспортным фирмам «Центральная пригородная пассажирская компания», «РЭКС. Регион-экспресс», «Венский экспресс» и др. Специалисты компании Idalika хорошо знают специфику обслуживания железнодорожных экспрессов: их клиентам необходима высокая производительность и надежность при оптимизации расходов, обеспечить которые может лишь самая современная техника.

Особым требованием одного из клиентов, компании «Аэроэкспресс», стала также возможность автономной работы без доступа к электричеству. Учитывая это обстоятельство, специалисты компании Kärcher подобрали комплект оборудования, состоящий из двух аппаратов высокого давления HD 1040 B для внешней отмывки поездов, а также поломоющей машины B 140 R Bp Pack для уборки железнодорожного депо.

Аппарат высокого давления с приводом от бензинового двигателя HD 1040 B

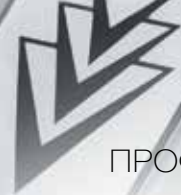


характеризуется повышенной производительностью (200-850 л/ч) и улучшенным оснащением. Он достаточно компактен, имеет вес 60 кг и удобные широкие колеса, облегчающие перевозку. Устройство оснащено пистолетом Easy Press, шлангом высокого давления длиной 15 м с системой защиты от перекручивания AVS, струйной трубкой (1050 мм), а также трехпозиционным соплом (0°/25°/40°) с сенсорным переключением.

Аккумуляторная поломоющая машина с сиденьем для оператора B 140 R Bp Pack позволяет проводить влажную уборку твердых и эластичных напольных покрытий на площадях до 6000 м². Она может оснащаться роликовыми либо дисковыми щетками с рабочей шириной 750 мм и имеет баки для чистой и грязной воды объемом 140 л. Малая габаритная ширина, короткая база и возможность поворота управляемого колеса на 90° позволяет проезжать через узкие пространства, например, между стеллажами. Мощный (600 Вт) тяговый привод модели обеспечивает преодоление уклонов до 15% и разгон до 6 км/ч, а электромагнитный тормоз обеспечивает безопасность движения.

После демонстрации и тестирования оборудования сомнений не осталось – комплект из трех машин был приобретен для обслуживания поездов и депо «Аэроэкспресса». Аппараты блестяще справляются со сложной задачей – в короткий промежуток времени, отведенный на стоянку поезда, с их помощью производится тщательная наружная мойка экспресса. Еще одним фактором, повлиявшим на выбор компании Kärcher, стал надежный сервис, который позволит гарантировать бесперебойность обслуживания поездов.





Eco!Manager: чистота и прозрачность

В июле специалисты головного офиса Kärcher Германия провели тестовый запуск первой в России системы управления по комплексному обслуживанию здания Kärcher Eco!Manager. Она поможет управляющей компании «Мегаполис-Сервис» в организации уборки объектов недвижимости на качественно новом уровне.



Компания «Мегаполис-Сервис» оказывает полный комплекс услуг по обслуживанию недвижимости и заслуженно считается экспертом не только в области технического обслуживания и эксплуатации инженерных систем зданий, но и в области профессиональной уборки. Основными конкурентными преимуществами «Мегаполис-Сервис» в области клининга являются предоставление широкого спектра услуг, использование новейшего оборудования, гипоаллергенных чистящих и моющих средств, индивидуальный подход к каждому клиенту.

Впервые система Eco!Manager была презентована в нашей стране в марте 2013 года, на первой Международной клининговой конференции «Технологии чистоты: секреты совершенства!», организованной компанией infor-media Russia.

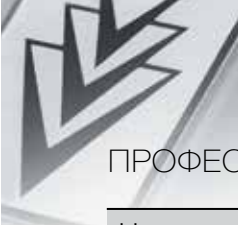
Новый программный продукт для планирования, отслеживания и анализа клининговой деятельности на объекте представила Катарина Кунле, руководитель направления Eco!Manager и Healthcare концерна Alfred Kärcher GmbH & KG.

Одно из преимуществ системы заключается в том, что она не требует установки специальных программ и может использоваться на любом смартфоне или планшете. Многие задачи по ведению мониторинга и документооборота в ней автоматизированы, что позволяет сотрудникам клининговой компании предоставлять клиентам безупречно составленную документацию по любому интересующему сегменту или периоду, не затрачивая на это дополнительного времени. Такие возможности выгодно выделяют компанию, использующую систему Eco!Manager среди конкурентов.

Функционал системы достаточно широк. Eco!Manager позволяет в любой момент получить детальную информацию о помещении, специальных задачах по уборке и сроках их выполнения и даже определить текущий статус уборки на объекте, используя web-интерфейс. С ее помощью можно вести учет рабочего времени и задач каждого сотрудника клининговой компании, отслеживать и анализировать текущие и прежние результаты, планировать будущие действия.

С помощью системы можно держать под контролем состояние всего парка используемого оборудования. Например, она позволяет автоматически отслеживать даты проведения сервисных работ и состояние машин, быстро и просто передавать информацию о любой неисправности в службу технической поддержки, следить за перемещением каждой единицы оборудования в целях его сохранности, управлять контрактами на все виды машин. Наконец, благодаря функции «консьерж-сервис» Eco!Manager позволяет учитывать сезонность, отслеживая и планируя запросы на зимние и летние работы.

Появление подобных систем является ответом на растущие потребности клиентов. Уже сейчас под управлением Eco!Manager находятся почти 4 млн м² площадей в Греции, Италии, Франции и Швейцарии. Внедрение системы в «Мегаполис-Сервис» - свидетельство того, что российский рынок клининга нуждается в современных решениях, которые помогут оптимизировать расходы, упростить контроль и планирование, а также выстроить новые, более прозрачные взаимосвязи с клиентами.



Внедрение системы на объекте комментирует Наталья Раздоркина, коммерческий директор ООО «Мегаполис-Сервис»:

«Мегаполис-Сервис» - профессионал в области обслуживания недвижимости. Все новинки рынка, призванные совершенствовать качество услуг, всегда попадают в поле зрения наших экспертов. Проанализировав имеющиеся на российском рынке продукты программного обеспечения, руководство компании «Мегаполис-Сервис» приняло взвешенное решение о выборе системы Eco!Manager для выполнения широкого спектра задач по клинингу.

Первым этапом внедрения было обучение. Специалисты компании «Керхер» подробно проинструктировали менеджеров, бригадиров и операторов уборки «Мегаполис-Сервис», задействованных в оказании услуг конкретного объекта, после чего была проведена тестовая уборка, во время которой каждый сотрудник применил полученные знания на практике. На всю подготовку к внедрению ушло 2 дня по 6 часов, включая практическую и теоретическую часть, тестирование и непосредственно уборку, а также процесс расклеивания штрих-кодов. Мы были морально готовы к тому, что от нас потребуется гораздо больше времени и сил, поэтому простота внедрения Kärcher Eco!Manager стала для нас приятным сюрпризом.

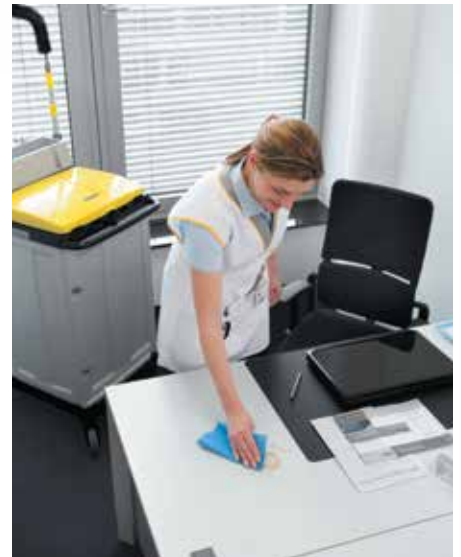
Тем не менее начальный этап всегда сопряжен с некоторым моментом привыкания, это надо учитывать. Иногда мы сталкиваемся с трудностью – уборщики, входя на объект, сразу принимаются за работу и забывают отметить факт своего присутствия в помещении. Но это временные трудности, и правильная система мотивирования легко исправит ситуацию. Второй момент заключается в том, что нам пришлось пересмотреть сервисные планы некоторых операторов уборки, чтобы подстроиться под логику, заложенную в компьютерную программу. Имеется в виду следующее: раньше в помещение (например, кабинет) входили несколько человек. Один начинал убираться, второй опустошал мусоросборники и т. п. С введением новой системы технологический процесс пришлось

изменить, так как в помещение «может зайти» только один человек. Но эти изменения нельзя назвать критичными.

Ну, а теперь о преимуществах. Во-первых, система повышает контролируемость процесса уборки и ответственность задействованных в ней сотрудников (персонал знает, что время начала и окончания работы фиксируется, менеджер обязательно отследит качество их уборки), то есть в целом дисциплинирует и нацеливает их на добросовестную работу. В дополнение к этому руководитель, даже находясь в офисе, в любой момент может получить наглядную картинку по всем объектам, оперативно определить, чем занят весь персонал. Могу поделиться наблюдениями, что сотрудники стали действительно чище убираться. Менеджеров это тоже стимулирует, они знают, ЧТО именно должны проконтролировать на каждом этапе и КАКИМ задачам уделить внимание. Система Kärcher Eco!Manager уменьшает роль так называемого человеческого фактора в уборке, уменьшает субъективизм в оценке результатов, а также, что немаловажно, повышает производительность персонала.

Во-вторых, хочется отметить высокую скорость передачи информации - о любой поломке в помещении служба, отвечающая за техническое обслуживание объекта, узнает мгновенно, при этом никто не тратит время на долгое объяснение, где именно произошла поломка, что именно сломалось. Это большой плюс. Если что-то идет не по плану, отклонение фиксируется красным цветом на экране компьютера, что также очень удобно.

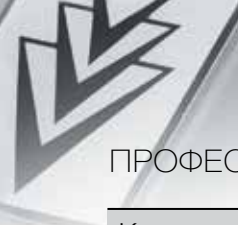
Кроме того, всегда можно посмотреть, сколько



времени по факту тратится на уборку того или иного помещения, проанализировать, почему на какие-то помещения уборщик тратит больше времени, чем на другие, и найти решение, которое позволит оптимизировать процесс. Например, на уборку одного кабинета уходит в 5 раз больше времени, чем остальных. Зная это, можно выяснить, почему это происходит (может быть, там накапливается большой объем грязи или используется неправильная технология уборки). Программа сигнализирует, если чего-то не хватает, помогает видеть просроченные операции, например, если не были вовремя выполнены регламентные работы.

Хотели бы мы внедрить эту систему на других объектах? Однозначно, да. Пока Eco!Manager работает в тестовом режиме, но уже сейчас видно, что внедрение системы имеет положительный эффект.»





Керхер в лицах

Аркадий Петрусев: «Мы чувствовали себя подвижниками, которые несут определенную идею»

Официальный дистрибьютор Kärcher, «Чистая компания» работает с продукцией компании уже 20 лет. К моменту официального выхода «Керхер» на российский рынок моечного и уборочного оборудования она превратилась в сильный бренд с четкой стратегией развития, ведущим направлением которой стала техника для профессионального использования. Об интуиции и честном партнерстве, перспективах рынка и планах на будущее нам рассказал генеральный директор «Чистой компании» Аркадий Петрусев.



Вы начали заниматься техникой «Керхер» ещё тогда, когда в России не было официального представительства компании. Расскажите, какие критерии определили выбор именно этой продукции?

Нам было по 25 лет, мы только закончили институты... Это было время, когда в один прекрасный момент человек по какому-то стечению обстоятельств попадал в бизнес, который его увлекал. И всё. Это как перезагрузка. Поэтому сказать, что мы осознанно выбрали направление, опираясь на анализ рынка, показатели, перспективы, было бы неправильно. Сегодня, с позиции опыта, я бы поступал именно так. А тогда этого опыта не было, мы руководствовались исключительно интуицией. И она не подвела! Потому что если бы мне предстояло сейчас выбирать технику, я бы даже думать не стал - отдал предпочтение немецким производителям.

Мне очень нравится сама системность подхода немцев. Германия не случайно является ведущей экономикой Европы. В этой стране все поступает в свое время в нужное место. С другими немецкими производителями мы знакомы не были. А вот с НЕ немецкими - были, и их предложения выглядели достаточно сомнительно.

Можете ли вспомнить какие-то необычные, забавные случаи, связанные с первыми продажами?

Тут все было довольно забавно. Начало 90-х годов, молодые люди, не обремененные лишними деньгами... На первых порах мы просто боялись продавать дорогую технику! Первая продажа, которую я помню, бытовой аппарат Kärcher 620. Во-первых, я был в шоке, что кто-то вообще проявил интерес и был готов его приобрести, ведь тогда про них почти никто не знал, во-вторых, я жутко боялся разговаривать с человеком о сумме в 500 марок, мне казалось, что я чуть ли не оскорбляю клиента таким предложением. Но это ощущение быстро прошло.

Какими были первые покупатели техники?

Естественно, это были организации. Отсюда и генеральная линия нашей компании - сколько бы мы ни продавали бытовой техники, основная наша специализация - это профессиональные аппараты. Конечно, бытовую технику продавать проще, есть реклама, люди уже точно знают, что это такое, и остается лишь помочь им в выборе конкретной модели. Тогда же для людей было непонятно, как это вообще работает.

Мы чувствовали себя подвижниками, которые несут определенную идею, новую информацию. Шли от опыта, эксперимента. Четкого представления, что будет и как, не было. Но привлекала мысль, что если уж мы об этом мало знаем, то как же другие? Значит, нужно прийти, рассказать, показать, объяснить, зачем это нужно.

Расскажите об основных этапах развития компании.

Первый, самый главный, важный этап - это становление. Самая большая сложность на тот момент была в отсутствии возможности иметь товар на складе. Мы пытались привлечь финансовые ресурсы. Но, когда разговаривали с людьми-финансистами, они не верили, что можно дать деньги под уборочную технику. Под строительство, под бытовую технику в магазины электроники, но не под уборочную. С другой стороны, для нас это сейчас предмет гордости - все, что построено в компании, построено не на привлеченные, а на заработанные средства. Мы продавали некоторое количество техники, и то, что зарабатывали, инвестировали в дальнейшее развитие. И эта история продолжается 20 лет.

Второй этап начался со встречи с представителями Kärcher из Германии,

**Керхер в лицах**

которая произошла через три года после того, как мы начали заниматься этой продукцией. Потому что они, не скрывая своих знаний, делились с нами опытом. Они в комплексе осмысливали все, что происходит. Разговор с такими людьми дает пищу для размышлений, учит думать, дает широту взглядов.

На этом этапе уже возник вопрос структурирования компании, вообще дальнейшего роста, встали вопросы и подбора кадров, формирования структуры, обучения, управления и всего, что с этим связано. Мы занялись организационными мероприятиями. Этот этап трансформации мы прошли с середины 90-х до предкризисного 1997, начала 1998 г.

Период кризиса тоже был по-своему интересен. В 1998 году создалась достаточно сложная ситуация - на нас «повисли» долги, которые не смогли отдать наши клиенты. Все аргументы были за то, чтобы свернуть бизнес. Но мы были настолько вовлечены в процесс работы с «Керхер» и степень нашего доверия предприятию, марке, продукции, была столь высока, что в августе, когда все вообще рухнуло, мы вложили практически все деньги, которые у нас были, в дальнейшее развитие. Мы понимали, что сейчас очень плохо, тяжело, но ни на секунду не сомневались, что сумеем выйти из этой ситуации с положительным результатом.

Так и вышло. Это продолжалось пару лет. Мы знали, что нам это нужно сделать, и по тем временам это был, наверное, отчаянный ход. Это был третий, очень важный для нас этап, который помог осознать, что мы - настоящие партнеры. Мы однозначно видели и чувствовали, что «Керхер» в нас заинтересован и поддерживает нас. Мы двигались в одном направлении, шли параллельно, помогая друг другу. Мы очень благодарны «Керхер» за эту поддержку!

Кризис имел и положительный результат. Он показал, что наша политика была правильной: создана хорошая база, есть подготовленные сотрудники и представление о том, как должен развиваться бизнес.

Когда мы начинали открывать филиалы, торговые точки в Москве (мы поняли, что для продаж бытовой техники клиентам важно иметь удобный доступ к продукции), то пытались сделать нечто похожее на Керхер Центры. Хотя сейчас смотрим на это с улыбкой, так как понимаем, насколько далеко это было от того, что предлагается компанией «Керхер» в качестве концепции.

Но это сейчас можно пригласить консалтинговые компании, которые расскажут, как и где правильно организовать продажу товара, а тогда не было даже таких специалистов. Мы не знали, к кому обратиться.

А уже через несколько лет подспела концепция Керхер Центров. Но мы даже не осознавали, насколько она сильна. Поначалу немножечко «брыкались», пытались подстроить ее под себя, но когда открыли первый Керхер Центр, поняли, что это работает, причем очень успешно. Важно все: местоположение, место парковки, шаговая доступность от метро. Отсутствие одного элемента - минус в обороте. Если этим минусов много, то это становится нерабочей концепцией.

Аркадий, что сегодня помогает вам в конкурентной борьбе?

В чем я точно уверен, так это в том, что мы абсолютно честны в своих поступках по отношению к клиентам, партнерам, сотрудникам. Наше окружение видит в нас организацию и людей, которым можно доверять и которые отвечают за свои слова. Это важный политический, психологический бонус, который в определенные моменты (особенно в сложные, критические) помогает, не побоюсь этого слова, выживать.

Второй важный момент - это наши сотрудники. Когда идет подбор персонала, конечно же, у нас есть тесты, разного рода проверки знаний, навыков, умений. Никто также не будет отрицать, что важно, чтобы человек получал достойную зарплату. Но мы стараемся найти людей, которые трудятся с интересом. Есть социальные исследования, которые показывают, что фактор зарплат играет роль лишь в первые два месяца. Поэтому главное, чтобы люди, которые приходят в коллектив, знали, что они здесь могут полностью реализоваться и могли воодушевленно трудиться.

Ну, а что касается конкурентной борьбы, то она идет только на пользу - не дает нам расслабляться, сидеть на месте, стимулирует нас к тому, чтобы мы думали, как сделать лучше. Это подспорье для дальнейшего развития.

Каким Вы видите Ваш бизнес в будущем? В каких направлениях планируете развиваться?

Если мы говорим о продукте, то это, конечно, «Керхер». И, как я уже подчеркнул, основное

наше направление - это профессиональная техника. Тем более у «Керхер» расширяется продуктовая линейка, там есть простор для деятельности. Что касается структуры компании, то это развитие наших региональных подразделений, наращивание их числа. Несмотря на достаточно большое количество Керхер Центров и представительств компании, по нашему мнению, сейчас не то что не поздно, а самое время продолжать территориальное расширение.

Вы сами используете какие-либо модели техники Kärcher в быту? Поделитесь впечатлениями не как руководитель компании, а как обычный пользователь.

Использую все, что можно: пылесосы, мини-мойки - это само собой. Сменилось уже не одно поколение. Не потому, что выходят из строя, а просто лежат, так как пробую новое. Скоро можно будет сделать музей, некоторым моделям уже лет 15. Неожиданно приятное впечатление произвел робот-пылесос. Причем изначально он вызывал у меня некоторое недоверие, но, готовясь к съемке телепередачи, я изучил подробно вопрос и понял, что это очень хороший продукт.

Чтобы хорошо работать, нужно хорошо отдыхать. Как Вы предпочитаете проводить свободное время?

Свободное время можно найти всегда. Кстати, хочется обратиться к руководству «Керхер» с благодарностью. Прошлой зимой «Керхер» пригласил меня в город Киржач Владимирской области принять участие в лыжном марафоне, который на протяжении многих лет спонсирует компания. После этого я все выходные проездил на лыжах до конца сезона! Кроме того, увлекся коньковыми лыжами. Вообще, если у тебя есть увлечения, например, лыжи, зима проходит в два раза быстрее.

На смену лыжам в летний период пришел велосипед. На самом деле, в техническом плане многие давно забытые вещи, будь то лыжи или велосипед, настолько шагнули вперед, что когда к этому приобщаешься, получаешь потрясающее удовольствие. Мы даже думаем о том, чтобы внутри компании организовать собственные соревнования.

Очень люблю море во всех его проявлениях, лодки. С эмоциональной точки зрения очень люблю Италию и стараюсь чаще там бывать, только не на туристических маршрутах - изучаю самостоятельно. Мне кажется, я проехал всю Италию, но, приезжая туда, в очередной раз открываю для себя что-то новое.

Телефон бесплатной
горячей линии:
8-800-1000-654

Мы рады
проконсультировать Вас:

Москва
ООО «Керхер»
Дочернее предприятие концерна
Alfred Kärcher GmbH & Co. KG
ул. Панфилова, вл. 19, стр. 4
141407 Московская обл.,
г. Химки, Россия
Телефон (495) 662 19 19
Факс (495) 662 19 20
E-mail: info@ru.kaercher.com
www.karcher.ru

Самара
Филиал ООО «Керхер»
ул. Ново-Садовая, 381,
443125 Самара, Россия
Телефон (846) 203 81 28
Факс (846) 213 15 38
E-mail: center.smr@ru.kaercher.com
www.karcher.ru

Сочи
Филиал ООО «Керхер»
с. Молдовка, ул. Костромская, 90
354393, Краснодарский край, Россия
Телефон (862) 225 86 76
Факс (862) 225 86 85
E-mail: center.sochi@ru.kaercher.com
www.karcher.ru

Москва
ООО «Керхер»
Сервисный центр
ул. Большая Почтовая, 40
105082 Москва, Россия
Телефон (495) 789 90 76
Факс (495) 961 12 55
E-mail: service@ru.kaercher.com
www.karcher.ru

Екатеринбург
Филиал ООО «Керхер»
ул. Московская, 77
620014 Екатеринбург, Россия
Телефон (343) 385 29 02
E-mail: center.ekt@ru.kaercher.com
www.karcher.ru

Ростов-на-Дону
Филиал ООО «Керхер»
пл. Страны Советов, 3
344023, Ростов-на-Дону, Россия
Телефон (863) 209 82 06
Факс (863) 209 84 06
E-mail: center.rnd@ru.kaercher.com
www.karcher.ru

Санкт-Петербург
Филиал ООО «Керхер»
ул. Инструментальная 3, лит. Б
(вход/въезд со стороны
Аптекарской набережной, 12)
197022 Санкт-Петербург, Россия
Телефон (812) 670 62 00
Факс (812) 670 62 02
E-mail: center.spb@ru.kaercher.com
www.karcher.ru

Краснодар
Филиал ООО «Керхер»
ул. Силантьева, 76/1
(Ростовское шоссе, 38/1)
350087 Краснодар, Россия
Тел/факс.: (861) 228 68 67
E-mail: center.krd@ru.kaercher.com
www.karcher.ru