



## Итоги общего собрания членов МАКИЧ

28 ноября 2003 года в Москве состоялось общее собрание членов МАКИЧ, в котором приняли участие представители компаний-членов из Екатеринбурга, Калининграда, Москвы, Нижневартосна, Санкт-Петербурга. Некоторые компании участвовали в собрании заочно, прислав свои предложения по почте. В ходе открытой и дружеской дискуссии были обсуждены организационные мероприятия мероприятия и взаимоотношения МАКИЧ с ее партнерами, как в ближнем, так и в дальнем зарубежье. Члены МАКИЧ рассказали о потребностях своих компаний, которые будут учтены Ассоциацией в своей дальнейшей деятельности. Утвердив отчет МАКИЧ за истекший год, участники собрания приняли также следующие решения по плану работы на 2004 год:

- Продолжить выпуск информационного бюллетеня МАКИЧ;
- Организовать издание справочника для менеджеров клининговых компаний и обеспечить им членов МАКИЧ;
- Принять участие в выставке CleanExpo в С.-Петербурге (апрель);
- Принять участие в выставке InterClean в Амстердаме (май);

- Организовать поездку на международный конгресс клининговых компаний в Канаду (сентябрь);
- Принять участие в выставке CleanExpo в Баку (октябрь);
- Провести очередное собрание членов МАКИЧ в ноябре 2004 года;
- Организовать поездку в Великобританию на курсы BICS;
- Создать базы данных недобросовестных сотрудников, клиентов, поставщиков;
- Разработать программу обмена стажировками между компаниями-членами МАКИЧ;
- Организовать регулярное получение справочников, издаваемых ISSA;
- Организовать издание справочников "FAQ in Cleaning";
- Провести тренинги «Организация продаж», «Подбор менеджеров», «Малобюджетная рекламная кампания», «Развитие клининговой компании»;
- Через партнерские связи с ISSA организовать стажировки для представителей компаний-членов МАКИЧ в западных клининговых компаниях;
- Разработать Сертификат качества МАКИЧ, процедуру его предоставления;

- Отклонить предложение об исключении членских взносов в зависимости от размеров компании-члена МАКИЧ;
- Всем членам МАКИЧ своевременно информировать генерального директора об изменении номеров своих телефонов, и факсов, почтовых адресов и e-mail для поддержания в актуальном состоянии Базы контактов МАКИЧ;
- Провести маркетинговое исследование клинингового рынка с участием ОАО «Каустик»;
- Проработать вопрос организации платных выездных консультаций менеджеров компаний-членов МАКИЧ для обмена опытом.

Участники Собрания также проголосовали за прием в состав МАКИЧ компаний «Чистый мир» (Днепропетровск) и «Добрые руки» (Уфа). По окончании официальной части Общего собрания представители клининговых компаний смогли пообщаться в неформальной обстановке.

**Петр Фрейдинг**  
Генеральный директор МАКИЧ  
<http://www.icca>

## НОВОСТИ

начало на стр.4

изобилие разнообразных специальных салфеток (салфеток для домашних животных, для микроволновых печей, для лица, рук, для изделий из кожи и пр.), количество клининговых продуктов на основе ароматерапии, более 500 книг по клинингу, опубликованных в прошлом году в США, являются многочисленными доказательствами того, что уборка жилых помещений является стойкой тенденцией. А предпочтение дорогим и качественным услугам и товарам открывает новые пути развития бизнеса для тех, кто вовлечен в сферу уборки жилых и офисных помещений.

СМ

### Инспекция школьных туалетов

С 1 января в штате Калифорния (США) вступил в действие закон, регламентирующий чистоту в школьных туалетах. В первую очередь, этот закон определяет необходимость более активного участия школьников и их родителей в поддержании чистоты в школьных туалетах. Это значит, что отныне родители, получившие разрешение у школьной дирекции, могут проводить инспекцию туалетов, с тем, чтобы оценить их состояние и качество уборки.

СМ

### Новые технологии в складском учете

Термин «избытки от производителей» — лучший способ охарактеризовать обесценившиеся товары для уборки. Это настоящее проклятие для дистрибьюторов, которые должны повышать продажи и при этом минимизировать предшествующие им вложения.

Дистрибьюторы не раз подчеркивали необходимость передачи в режиме реального времени точных данных из заказов на поставку непосредственно поставщику через систему управления сетью снабжения. Как это обеспечить?

Некоторые оптовики, поставщики компьютерного обеспечения, и специалисты по снабжению считают, что это может быть осуществлено с помощью системы радиочастотной идентификации.

Так, например, компания Wal-Mart Corp (США) обязала 125 своих поставщиков начиная с 2005 оснащать все отправляемые в Wal-Mart поддоны специальными этикетками, в которых находятся передатчики для радиочастотной идентификации. Эти этикетки, стоимостью от \$0.4 до \$0.5 каждая, позволяют оперативно узнать, например, количество товара на складе или полке не прикладывая никаких физических усилий на инвентаризацию товара.

Программное обеспечение от таких компаний как HighJump Software, Manhattan Associates, Provia Software и других снимает информацию с этих электронных этикеток а также со штрих-кодов и включает ее в компьютеризованные системы управления поставками, которые должны ускорить взаимодействие поставщиков и заказчиков.

Один из поставщиков подобного программного обеспечения Eden Prairie (Миннесота, США) была приобретена компанией 3M Corp. за \$72 млн. Помимо 3M, среди компаний, являющихся производителями и поставщиками санитарно-гигиенических товаров, услугами таких систем пользуются компании Kimberly-Clark Corp. (HighJump) и Georgia-Pacific Corp. (HighJump).

В HighJump это изобретение сравнивают с изобретением штрих-кода и надеются в следующем году продать связанное с радиочастотной идентификацией программное обеспечение на сумму \$300 млн.

СМ

### Конкуренция вдохновляет Kimberly-Clark на реорганизацию

По сообщению NY Times-Union, Kimberly-Clark Corp. объединяет свои Североамериканское и Европейское подразделения в отдельную Североатлантическую руководящую группу, которая немедленно приступит к исполнению своих обязанностей. Это объединение является попыткой сократить расходы и повысить продажи в условиях возросшей конкуренции со стороны Procter & Gamble Co. Кроме того, в Kimberly-Clark было сформировано специальный отдел, который займется работой, связанной и выходом на такие рынки как Азия, Латинская Америка и Западная Европа.

СМ

### Tennant покупает производителя уборочной техники с 13-ти миллионным годовым доходом

В своем пресс-релизе компания Tennant Co. (США) сообщила о приобретении британского производителя клинингового оборудования, компании Walter-Broadley Machines Ltd., чей годовой доход составляет \$13 млн. в год, а штат сотрудников насчитывает 130 человек. Как было сказано, это приобретение является продолжением стратегии компании Tennant, направленной на расширение продаж и услуг на ключевых европейских рынках, особенно таких, где крупные подрядчики коммунальных услуг составляют более половины клинингового рынка. Репутация Walter-Broadley основывается как раз на организации прямых продаж и услуг, а так же на установившихся отношениях с подрядчиками.

Менеджеры Walter-Broadley присоединятся к Tennant, что более чем удвоит клиентскую базу компании в Соединенном Королевстве и утроит количество ее представителей.

СМ

**К**лининговая индустрия в нашей стране благополучно развивается. Конечно, хотелось бы, чтобы процесс шел еще быстрее, чтобы везде, куда мы приходим, было чисто и аккуратно. Но, тем не менее, процесс набирает ход, а это значит, что количество клининговых компаний будет увеличиваться. Понятно, что на этот рынок придет много новых игроков, которые будут вынуждены играть по определенным правилам. Наш сегодняшний материал будет посвящен одному из аспектов этих правил, возможно, самому важному, поскольку без понимания закономерностей некоторых процессов невозможно функционирование любой, не только клининговой фирмы. Речь пойдет о безопасности бизнеса и его важнейшей составляющей.

Вопрос кадровой безопасности перед клининговыми предприятиями стоит, если можно так сказать, «вдвойне острее», чем перед большинством других фирм, поскольку уборщики работают «на выезде», и своим поведением представляют лицо фирмы. Действия персонала, как положительные, так и отрицательные, в первую очередь ощущает на себе клиент клининговой фирмы. И, в случае возникновения нештатной ситуации из-за недобросовестного поведения кого-либо из работающих на объекте, ее разрешение не будет только внутренним вопросом организации. Конфликт может быть и с клиентом.

Затронув эту тему, мы поможем множеству начинающих и уже работающих фирм понять, почему потенциальные клиенты, особенно частный сектор, очень осторожно прибегают к услугам профессиональных уборочных компаний.

Данный материал потребовал определенных знаний, поэтому он подготовлен редакцией совместно с петербургской компанией «Бизнесобеспечение», сфера деятельности которой охватывает, в том числе и кадровую безопасность. Тем наглядней и ценнее будут приведенные примеры и выказанные рекомендации, которые, в свою очередь, основаны на опыте работы этой организации.

Как о безопасности бизнеса лучше всего задуматься в тот момент, когда пришло решение создать предприятие, так и о последствиях приема на работу того или иного сотрудника необходимо задумываться до подачи объявления о приеме на работу. Недальновидный и поверхностный подход к подбору кадров может поставить под угрозу не только экономическую безопасность ваших работников, но и само существование фирмы.

Наиболее распространенными причинами обращений в охранные