

همه چیز درباره خرده فروشی

و بررسی نقش «نظافت»
در جذب و نگهداری مشتری

دو گفت و گوی اختصاصی:

محمد حسین مقدم

مدیر عامل شرکت سپهرسپید ایرانیان



آیدا امیدواری

مدیر دپارتمان مطالعات بازار شرکت ثنانور جم



همه چیز درباره سویپر دیزلی

MACRO M60 PLUS



پیاده روی برای مبارزه با زباله!

پاکسازی و نظافت، شاه کلید «وجود» و «بقا»

آیا شغل کارکنان نظافت با ظهور ربات‌ها به خطر می‌افتد؟!

تأثیر مثبت پاکیزگی محیط کار بر افزایش بهره‌وری کارکنان

همه چیز درباره نظافت در وب سایت خبری-تحلیلی ویکی کلین



www.WIKICLEAN.ir



شرکت ابراهیم با خدمات پس از فروش
به پشتوانه بیش از ۲,۰۰۰,۰۰۰ قطعه یدکی
موجود در انبار (بیش از ۳۵,۰۰۰ نوع قطعه)
پشتیبان شماست.



تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ولیعصر
کوچه دانش کیان، پلاک ۱۷، ساختمان ابراهیم
تلفن: ۰۲۱-۸۷۱۸۴ فکس: ۰۲۱-۸۷۱۸۵۱۱۵
تلفن همراه: ۰۹۱۲-۸۷۱۸۴۰۰

info@brahimco.com
www.ebrahimco.com

ابراهیم
راهکارهای نظافت صنعتی

سخنی با شما

سال‌هاست که در کشور عزیزمان ایران فقدان یک مجله نظافتی به زبان فارسی که آگاهی‌های عمومی جامعه ایرانی را در این زمینه ارتقا دهد، همواره احساس می‌شد. از این روی تیم نشریه «ویکی کلین» همراه با جمعی از متخصصان فعال در این حوزه بر آن شد تا نشریه علمی جدیدی را به جمع مطبوعات فارسی زبان اضافه کند. هدف اصلی این مجموعه به انجام رساندن وظیفه مهم آگاهی دادن به فارسی زبانان و ایرانیانی است که مشتاق دانستن مطالب تازه در زمینه‌های نظافت، بهداشت و سلامت هستند و امید است اطلاعات مفید و تازه‌ای را در اختیار خوانندگان خود قرار دهد. تمامی دست‌اندرکاران این مجله مشتاق شنیدن نظرات و پیشنهادات شما عزیزان در راستای ارتقاء کیفیت و سطح علمی نشریه «ویکی کلین» هستند. امید است ما را در راهی که آغاز کرده‌ایم، یاری کنید.

زیر نظر شورای سیاست‌گذاری

سردبیر: احمد شاهوند

تحریریه: پرستو علی‌طلب، دکتر عباس کیا و مهندس مهدیه نصیری

ویراستار: الهام آمرکاشی

طراح و صفحه‌آرا: احمد شاهوند

گرافیک: پرستو علی‌طلب

مسئول روابط عمومی: حورا رضایی

عکاس: سیاوش ساقی

باتشکر از: مهندس محسن امامی، مهندس آیدا امیدواری و مهندس محمدحسین مقدم

۰۹۱۰۴۰۱۲۰۱۶

info@wikiclean.ir

@wikicleanmag

www.wikiclean.ir

@company/wikiclean

فهرست**سرمقاله** ۵

■ صنعت خرده‌فروشی زیر ذره‌بین «ویکی کلین» / احمد شاهوند

گزارش خبری ۶

- نگاهی به اسکرابر رباتیک KIRA B50
- «چیکویی» (Chicopee) دویستمین سالگرد خود را جشن می‌گیرد
- معرفی جدیدترین ربات تمیزکننده شیشه برج‌های مرتفع
- اختراعات و فناوری‌های شگفت‌انگیز کره جنوبی برای کنترل آلودگی هوا

پرونده ویژه ۱۰

- از فروشگاه‌های فیزیکی تا دنیای صفر و یک / همه چیز درباره صنعت «خرده فروشی»
- روند شکل‌گیری صنعت خرده‌فروشی در جهان
- همه چیز درباره خدمات نظافت مراکز خرید
- نظافت پله برقی: از چالش‌ها تا تکنیک‌ها
- اهمیت تمیز نگه داشتن سرویس‌های بهداشتی در مراکز تجاری

معرفی دستگاه ۲۲

- اسکرابر سرنشین‌دار ARA80BM100
- سویپر دیزلی MACRO m60 plus

گفت‌وگوی اختصاصی ۲۸

- مهندس محمدحسین مقدم، مدیرعامل شرکت «سپهرسپید ایرانیان»
- مدیر دپارتمان مطالعات بازار شرکت «ناتور جم»

مدیریت ۳۴

- ده سوال از دلیا کانیگز، رئیس شورای نظافت بریتانیا
- ده سوال از یان اندرسون، مدیر ABM در سراسر ایرلند
- مدیریت تأسیسات (FM) چیست؟

نظافت تخصصی ۳۸

- چقدر BICSc را می‌شناسید؟
- انقلاب دیجیتال نظافت
- بهداشت و ایمنی در شرکت‌های نظافتی قراردادی
- پاکسازی و نظافت، شاه‌کلید «وجود» و «بقا» / مهندس مهدیه نصیری
- جاروبرقی کوله پشتی Ecoharness محصول Pavac
- آیا شغل کارکنان نظافت با ظهور ربات‌ها به خطر می‌افتد؟!

نظافت عمومی ۴۶

- تأثیر مثبت و مستقیم پاکیزگی محیط کار بر افزایش بهره‌وری کارکنان / دکتر عباس کیا
- پیاده‌روی برای مبارزه با زباله!

معرفی ابزار نظافتی ۵۰

- از تصفیه‌کننده هوای بی‌صدا تا لیوان شوی ۳۶۰ درجه

معرفی کتاب ۵۴

- از «مدیر بی‌عنوان» تا «بازی بی‌نهایت»

صنعت «خرده‌فروشی» زیر ذره‌بین «ویکی کلین»

احمد شاهوند

۱ - به بهانه برگزاری پنجمین نمایشگاه بین‌المللی «ایران ریتیل شو» (مراکز خرید، مجتمع‌های تجاری، رویکردهای نوین صنعت خرده‌فروشی و صنایع وابسته) پرونده ویژه این شماره را به صنعت «خرده فروشی» اختصاص دادیم. از روند شکل‌گیری این صنعت در جهان و هر آنچه که به «خرده‌فروشی» مرتبط است تا بررسی خدمات نظافت در مراکز خرید، چالش‌ها و تکنیک‌های نظافت پله‌برقی، اهمیت نظافت سرویس‌های بهداشتی در مجتمع‌های تجاری و معرفی اسکرابر سرنشین‌دار ARA80BM100 مخصوص نظافت سطوح کف مراکز خرید.

۲ - با محمدحسین مقدم مدیرعامل شرکت «سپهر سپید ایرانیان» پیرامون چگونگی نظافت در ارتفاع و همچنین با آیدا امیدواری مدیر دپارتمان مطالعات بازار شرکت «ناتور جم» پیرامون بهره‌برداری مراکز تجاری و نقش نظافت در جذب و حفظ مراجعه‌کنندگان، گپ و گفتی داشتیم که پیشنهاد می‌کنم این دو گفت‌وگو را حتماً باخوانید.

۳ - در بخش معرفی دستگاه، پیشرفته‌ترین و کارآمدترین سویپر مکانیکی مکشی بازار را با نام Macro M60 Plus معرفی کردیم که مناسب شرایط و محیط‌های سخت شهری و صنعتی است. همچنین نگاهی داشتیم به جاروبرقی کوله پشتی ساخت برند Pavac با نام Ecoharness با مکشی بسیار قدرتمند که توسط یک سیستم تنظیم ارتفاع، قابل استفاده برای انواع کاربرها با قدهای متفاوت می‌شود. جالب اینجاست که پنجاه درصد از جنس بدنه این دستگاه توسط پلی‌استر بافتی ساخته شده است.

۴ - طبق معمول همیشه اینبار هم از دو مدیر، ده سوال جالب پرسیدیم که به پاسخ‌های جذاب انجامید: دلیا کانیگز، رئیس شورای نظافت بریتانیا و یان اندرسون، مدیر ABM در سراسر ایرلند. این دو صفحه را حتماً مطالعه کنید.

۵ - درست است که عبارت «مدیریت تأسیسات» یا همان Facility Management در ایران همچنان غریبه است و در سازمان‌ها و شرکت‌ها چندان کاربردی

ندارد اما در اروپا و آمریکا به شدت یک سمت شناخته شده و جایگاهی به مراتب مهم دارد. در این شماره به تعریف تمام و کمال «مدیریت تأسیسات» پرداختیم.

۶ - نیل اسپنسر کوک مدیرعامل مؤسسه بریتانیایی علوم پاک‌سازی (BICSc)، جامع و کامل به تشریح این مؤسسه پرداخته و از وظایفش گفته است.

۷ - دکتر عباس کیا به سیاق گذشته از اهمیت پاکیزگی در ارزیابی کارکنان در موقعیت‌های کاری و پُرمشغله یک سازمان گفته و عناصر پاکیزگی و پیامدهای مؤثر آن را بر بهره‌وری کارکنان بررسی کرده که خواندنی است.

۸ - مهدیه نصیری با نقل از کتاب «حفاظت از محیط‌های ساخته شده: پاکسازی برای سلامتی» نوشته دکتر مایکل بری (Michael A. Berry) از صفر تا صد پیرامون پاکسازی و نظافت بخصوص در محل کار نوشته است که خواندنش خالی از لطف نیست.

۹ - با ظهور ربات‌ها آیا شغل کارکنان به خطر می‌افتد؟ این سوالی است که دلیا کانیگز، رئیس شورای نظافت بریتانیا به آن پاسخ داده و نگاهی کوتاه و مختصر به مزایا و معایب ربات‌های نظافتی داشته است.

۱۰ - لودویک فرانسجت، نظافتچی خیابانی اهل پاریس که در شبکه اجتماعی Tik Tok به دلیل تأکیدش روی نظافت در معابر و خیابان‌ها به شدت معروف شده، با چند نفر از فالوئرهایش مسیر بین پاریس تا مارتسی راطی کمتر از ۶۰ روز پیمود و تمامی زباله‌های سرراش را جمع‌آوری کرد. اقدام او با تحسین جهانی روبرو شد. با او در یک گزارش بیشتر آشنا می‌شوید.

۱۱ - در این شماره با دوازده ابزار کاربردی و همچنین شش کتاب پرفروش مدیریتی نیز آشنا خواهید شد.

عناوینی که از آن‌ها صحبت شد، تنها بخشی از مطالب این شماره فصل زمستان بودند. امیدوارم از مطالعه شماره ۳۷ لذت ببرید و پیشنهادات و انتقادات خود را از طریق راه‌های تماسی که در شناسنامه نشریه آمده برای ما ارسال کنید. موفق باشید و سلامت.

● مطالب مندرج در نشریه «ویکی کلین» بیانگر دیدگاه نویسندگان آن‌هاست و لزوماً بیانگر دیدگاه ماهنامه نیست.

● نشریه «ویکی کلین» در ویرایش مطالب آزاد است.

● نقل و انتشار مطالب و عکس‌های اختصاصی نشریه در کتاب و سایر رسانه‌ها اعم از نشریات، پایگاه‌های خبری، شبکه‌های اجتماعی و ... با اجازه کتبی از مدیریت مجله و ذکر منبع (نشریه «ویکی کلین») مجاز است.



معرفی جدیدترین ربات تمیز کننده شیشه برج های مرتفع

سرمایه گذاری در آیندهای است که در آن انسان ها و ربات ها با هم همکاری کنند. از طریق این همکاری با «اسکایلاین رباتیکز»، ما تمام قابلیت های آینده را برای خدمات رسانی به مشتریان خود برای دهه های آینده تضمین می کنیم.

مشتریان همیشه از ما انتظار دارند که ارزش و نوآوری های جدیدی را به عنوان مدیران پیشرو در بازار خود به آن ها ارائه دهیم. ستون های ما افراد، پایداری و نوآوری هستند و با Ozmo احساس می کنیم که نه تنها در حال برآورده کردن انتظارات هستیم، بلکه فراتر از آن نیز حرکت می کنیم.

«اسکایلاین رباتیکز» برای ربات Ozmo خود، جایزه نوآوری رباتیک RBR50 2023 را دریافت کرد. همچنین این شرکت جایزه پیشرفت PropTech 2023 را برای راه حل سال رباتیک ساختمانی دریافت کرده و در لیست ۵۰ رباتیک برتر سال نیز قرار گرفته است. 📄

www.principleclean.com

www.skylinerobotics.com

کارگران در معرض خطر قرار گیرند.

علاوه بر این، از آنجایی که Ozmo توسط انسان ها مدیریت می شود، نمی تواند جایگزین نیروی نظافتچی های پنجره شود، بلکه در حال تسریع آیندهای است که در آن انسان ها و ربات ها با هم کار می کنند. نتیجه، یک جایگزین هوشمندتر، سریع تر، ایمن تر و مقرون به صرفه تر برای شیشه شوی انسانی است.

مایکل براون، مدیرعامل «اسکایلاین رباتیکز»، می گوید: «با نشان دادن ارزش Ozmo در شهر نیویورک، ما هیجان زده هستیم که عملیات را گسترش دهیم و با Principle همکاری کنیم تا ربات هایمان را به لندن بیاوریم. لندن تعداد BMU های بیشتری نسبت به سایر نقاط اروپا دارد که آن را به یک موقعیت جغرافیایی جهانی کلیدی برای نمایش تأثیراتی که اتوماسیون می تواند برای کمک به رشد کسب و کار داشته باشد، تبدیل می کند.

تام لوید، مدیرعامل شرکت Principle Cleaning Services، نیز می گوید: «Principle متعهد به

«اسکایلاین رباتیکز» (Skyline Robotics) همکاری خود را با Principle Cleaning Services اعلام کرده است که ربات تمیز کننده پنجره Ozmo برنده جایزه را به لندن خواهد آورد.

Principle، که ارائه دهنده خدمات نظافت تجاری در لندن است، نماینده انحصاری Ozmo در پایتخت انگلستان خواهد بود که برنامه ریزی عملیاتی برای بازار لندن را آغاز کرده و تحولی در تمیز کردن شیشه پنجره ارائه می دهد.

این مشارکت با هدف نهایی ارائه مانیتورینگ ESG به پوشش ساختمان ها در لندن جهت ارائه داده ها و تجزیه و تحلیل سلامت نمای ساختمان، فراتر از تمیز کردن پنجره است.

ربات پرچمدار Ozmo، هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و بنیادی کامپیوتر را با رباتیک و حسگرهای پیشرفته ترکیب می کند. با Ozmo، نظافت پنجره ها می تواند تا سه برابر سریع تر از نیروی انسانی انجام شود، بدون اینکه

نگاهی به اسکرابر رباتیک KIRA B50

بصری است و حاوی دستورالعمل های متعدد چندزبانه است. برای افزایش استقلال KIRA B50، یک ایستگاه اتصال برای آن در نظر گرفته شده که توسط آن می تواند آب کثیف مخزن را خالی کند و آن را با آب تمیز دوباره پر کرده و باتری خود را بدون هیچگونه دخالت نیروی انسانی شارژ کند.

ربات KIRA B50 همچنین از یک برس غلظتی مطمئن همراه با یک برس کناری برای تمیز کردن دیوارهای نزدیک استفاده می کند. عرض این غلظک ۵۵ سانتی متر است. باتری لیتیوم یون این دستگاه ۱۶۰ آمپر ساعت است و می تواند تا مساحت ۱۵ هزار متر مربع دوام بیاورد. این فناوری به طور مداوم نتایج عالی را حتی در

KIRA B50 قادر به تشخیص ۳۶۰ درجه ای مناطق اطراف خود است و با اسکنرهای لیزری یکپارچه، سنسورهای سه بعدی و اولتراسونیک و یک کامپیوتر قدرتمند، ایمنی آن را تضمین می کند. این ربات، تغییرات محیط اطراف خود را تشخیص داده و مانورهای گریز از مرکز را آغاز می کند، در حالی که مازول های نور یکپارچه، اطرافیان را از رفتار ربات مانند چرخش یا شارژ کردن مطلع می کند

Kärcher همچنین بسته های خدمات جامعی را از طریق KIRA Care و KIRA Care Plus ارائه می دهد که شامل ویژگی هایی مانند دسترسی به درگاه وب، به روز رسانی های نرم افزار و تضمین کار کرد است و تکنسین های آموزش دیده و با تجربه برای پشتیبانی در آن حضور دارند. بسته KIRA Care Plus حتی تعویض فوری دستگاه را در صورت خرابی، تضمین می کند. 📄

www.kaercher.com/uk

«چیکویی» (Chicopee) دوستمین سالگرد خود را جشن می گیرد

شست و شو اشاره کرد که امکان استفاده مجدد از آن ها تا یک ماه وجود دارد.

ما همیشه به دنبال راه هایی برای افزایش عمر محصول یا پشتیبانی از دفع پایدار هستیم. به عنوان مثال: محصول J-Cloth Compostable ما تنها دستمال مرطوب موجود در کمپوست های تأیید شده بازار است، بنابراین می تواند به زباله غذایی تبدیل شود که اگر نظافتچی ها از دستمال مرطوب پلی استر استفاده می کردند، امکان پذیر نبود. ما همچنین در حال کار بر روی اولین پارچه میکروفیبر یکبار مصرف ۱۰۰ درصد بازیافتی هستیم.

رویکرد ما اعتماد واقعی به حرفه ای ها است که از ترکیب اعتماد، مشارکت و کیفیت ناشی می شود. 📄

www.chicopee.com/eu

بصری است و حاوی دستورالعمل های متعدد چندزبانه است. برای افزایش استقلال KIRA B50، یک ایستگاه اتصال برای آن در نظر گرفته شده که توسط آن می تواند آب کثیف مخزن را خالی کند و آن را با آب تمیز دوباره پر کرده و باتری خود را بدون هیچگونه دخالت نیروی انسانی شارژ کند.

ربات KIRA B50 همچنین از یک برس غلظتی مطمئن همراه با یک برس کناری برای تمیز کردن دیوارهای نزدیک استفاده می کند. عرض این غلظک ۵۵ سانتی متر است. باتری لیتیوم یون این دستگاه ۱۶۰ آمپر ساعت است و می تواند تا مساحت ۱۵ هزار متر مربع دوام بیاورد. این فناوری به طور مداوم نتایج عالی را حتی در



کارچر، اطلاعات بیشتری در مورد ربات خشک کن اسکرابر خود، KIRA B50 منتشر کرده است.

KIRA B50 مبتنی بر فناوری Kärcher Professional، اولین خشک کن اسکرابر کاملاً مستقل این برند است. این دستگاه جمع و جور که برای سطوح کف متوسط و بزرگ طراحی شده است، قابلیت های کارآمدی چون صرفه جویی در زمان، استفاده آسان، ایمنی قوی، انعطاف پذیری و استقلال کامل در صورت نیاز را ارائه می دهد.

KIRA B50 دارای عملکردهای کاربرپسند بسیاری است؛ صفحه نمایش لمسی بزرگ که دارای منوی

«چیکویی» (Chicopee) دوستمین سالگرد خود را جشن می گیرد و میراث غنی نوآوری و تعهد به کیفیت را نشان می دهد.

دو قرن از زمانی که محصولات برای اولین بار با نام «چیکویی» تولید شدند، می گذرد. امروزه این برند با تمرکز بر ایمنی و سلامت مصرف کننده و نظافت فضاها آینده نگر باقی مانده است.

«چیکویی» با استفاده از دستمال کاغذی متناسب با هر نیاز، به توصیه های بهداشتی و غذایی در مورد چگونگی دستیابی به اعتماد واقعی در روش های نظافت خود ادامه می دهد.

بری گلوبال مالک «چیکویی» برای توسعه این برند،

اختراعات و فناوری‌های شگفت‌انگیز کره جنوبی برای کنترل آلودگی هوا

کره جنوبی در سال‌های اخیر، راه‌حل‌های گوناگونی را برای مقابله با آلودگی هوا در پیش گرفته است که بسیاری از آنها مبتنی بر پیشرفت‌های حوزه فناوری هستند.

در زمان همه‌گیری کووید-۱۹ و قرنطینه ناشی از آن، غلظت آلاینده‌های هوا در کره جنوبی تا ۲۷ درصد کاهش یافت. با وجود این، شکاف ناشی از همه‌گیری نمی‌تواند واقعیتی را که در کره جنوبی شهرت دارد، پنهان کند. این واقعیت، گرد و غبار ریز یا «گرد و غبار زرد» است. طوفان گرد و غبار زرد، ذرات مضرى مانند گوگرد، مونوکسید کربن، فلزات سنگین و سایر مواد سرطان‌زا را به همراه دارد. این ذرات فقط کره جنوبی را تحت تاثیر قرار نمی‌دهند،

بلکه بر بقیه کشورهای شرق آسیا نیز تاثیر می‌گذارند. به همین دلیل، نیاز به راه‌حل‌هایی برای نجات دادن آینده احساس می‌شود. از این رو، مقامات کره جنوبی با بهره‌گیری از برتری خود در حوزه فناوری سعی دارند تعهد خود را برای کاهش آلودگی هوا محقق کنند. این چشم‌انداز، راه را برای تولد بسیاری از نوآوری‌های کیفی هموار می‌کند. دولت کره جنوبی در این راستا، طرح «برنامه جامع مدیریت گرد و غبار ریز» را ایجاد کرد که بلندپروازانه‌ترین برنامه به نظر می‌رسید. هدف از این طرح، کاهش دادن انتشار ذرات PM5.5 تا ۳۵/۸ درصد در سال ۲۰۲۲ بود.



اقدامات شامل محدود کردن استفاده از وسایل نقلیه دیزلی قدیمی و کاهش ساعات کار در تأسیسات عامل آلودگی بود. دولت کره جنوبی، برنامه‌هایی را نیز برای کاشت درختان نزدیک به هم در کنار رودخانه‌ها و جاده‌ها برای هدایت هوا به مرکز شهر اعلام کرد. علاوه بر این، ستول اعلام کرد که تا سال ۲۰۲۵ تردد خودروهای دیزلی را از تمام ناوگان بخش عمومی و حمل‌ونقل انبوه ممنوع خواهد کرد. برای حفاظت از آینده کره جنوبی، مسئولان این کشور تصمیم گرفتند دستگاه‌های تصفیه هوا را در کلاس‌های درس سراسر کشور نصب کنند و یارانه‌ای را برای استفاده کردن از سوخت «گاز نفتی مایع‌شده» یا «ال‌پی‌جی» (LPG) در اتوبوس‌های مدارس اختصاص دهند که آسیب کمتری را به محیط زیست می‌رسانند.

■ جنگل‌هایی در مسیر باد

دولت کره جنوبی اخیراً اعلام کرد که قصد دارد تا سال ۲۰۲۵، وسعت مناطق جنگلی را در پایتخت این کشور افزایش دهد. این یکی از جدیدترین پروژه‌های دولت برای خنک‌تر و پاک‌تر کردن هوای کلان‌شهر ستول با گسترش دادن مناطق جنگلی است. فاز اول این پروژه در سال ۲۰۲۱ تکمیل شد.

هدف اصلی این پروژه، ایجاد مسیرهای موسوم به «مسیر باد» است که درختان را در خود جای داده‌اند و کوه‌های اطراف ستول را به مناطق داخلی شهر پر از ساختمان متصل می‌کنند. به گفته مقامات ستول، هوای تازه تولید شده از کوه‌ها را می‌توان به داخل شهر هدایت کرد که اغلب از گرمای محبوس شده رنج می‌برد. در نتیجه، سطح دما و آلاینده‌های هوا کاهش می‌یابد. فاز دوم پروژه، تعداد درختان کاشته‌شده در فاز اول را تا دو منطقه شهری در جنوب و شمال ستول گسترش می‌دهد. روند درخت‌کاری طی سال‌های ۲۰۲۴ تا ۲۰۲۵ دنبال خواهد شد.

مقامات ستول امیدوار هستند که تا سال ۲۰۳۰ بتوانند فضای سبز را ۳۰ درصد افزایش دهند و ۸۰ درصد از سفرهای درون شهری را به شیوه‌های حمل‌ونقل پایدار مانند پیاده‌روی، دوچرخه‌سواری و حمل‌ونقل عمومی اختصاص دهند.

■ ارتش ربات‌ها در برابر آلودگی هوا

از آنجا که ربات‌ها یک بخش جدایی‌ناپذیر از چشم‌انداز فناوری کره جنوبی هستند، چرخش ربات‌های خودران مجهز به «۵جی» (5G) در مجتمع‌های صنعتی برای نظارت بر کیفیت هوا و ارائه داده‌های کیفیت هوا در لحظه آغاز شد. به عنوان مثال، شش ربات خودکار به صورت شبانه‌روزی در یک مجتمع صنعتی که حدود ۵۰ سال قدمت دارد، می‌چرخند و با یک برج کنترل و ۲۰ ایستگاه

نظارت بر هوا کار می‌کنند. شرکت مخابراتی «ال‌جی یوپلاس» (LG Uplus) در سال ۲۰۲۱ با شهر جونجو در کره جنوبی همکاری کرد تا یک سیستم بررسی هوا را با استفاده از ربات‌های خودکار و تجهیزات اندازه‌گیری کیفیت هوا در این مجتمع صنعتی به نمایش بگذارد. اطلاعات جمع‌آوری‌شده در روند کار ربات‌ها برای مدیریت شهری مورد استفاده قرار می‌گیرند. ربات‌های مجهز به حسگرهای گوناگون می‌توانند پدیده‌های غیرعادی مانند آتش یا دود را برای جلوگیری از وقوع حوادث تشخیص دهند. اطلاعات جمع‌آوری‌شده پیرامون کیفیت هوا، برای ایجاد یک پایگاه داده بزرگ و بهبود کیفیت زندگی استفاده می‌شوند.

ال‌جی یوپلاس در سپتامبر ۲۰۲۰، یک ربات خودکار متصل به ۵جی را در یک پالایشگاه نفت در شهر سنوسان به نمایش گذاشت. این ربات از اتصال به ۵جی و روش‌های مسیریابی مبتنی بر ماهواره، برای گشت زدن در اطراف پالایشگاه استفاده کرد.

■ پهپادهایی که به جنگ آلودگی هوا می‌روند

در حالی که ربات‌ها تأثیرات زیست‌محیطی را روی زمین نظارت می‌کنند، پهپادها نیز به اندازه‌گیری کیفیت هوا می‌پردازند و انتشار گازهای گلخانه‌ای و مواد سمی را در بخش‌های ساختمانی و صنعت مورد بررسی قرار می‌دهند و همچنین، آلودگی سواحل را به مدت بیش از ۲۰ دقیقه تا مسافت چهار کیلومتری زیر نظر دارند. به محض اینکه هر یک از پهپادها تراکم بالایی از آلاینده‌ها را تشخیص دهد، یک اخطار به مرکز کنترل می‌فرستد تا بازرس‌ها به محل مورد نظر بروند و وضعیت آنجا و مطابقت مدیریت آن با قوانین و مقررات را بررسی کنند. در صورت مشاهده شدن هرگونه تخلف، مسئول مرکز مورد نظر با جریمه‌های اداری و پاسخ‌گویی قانونی روبه‌رو خواهد شد.

■ اولین ماهواره کره جنوبی برای بررسی کیفیت هوا

«وزارت علوم و فناوری اطلاعات و ارتباطات کره جنوبی» اعلام کرد که داده‌های مربوط به کیفیت هوا و هفت نوع آلاینده هوا را به ساکنان خود ارائه خواهد داد. داده‌ها از ماهواره محیط زیست این کشور به دست می‌آیند که در سال ۲۰۲۰ به مدار زمین پرتاب شد و به همین دلیل، نیازی به تکیه کردن بر ماهواره‌های خارجی نیست.

در یک گام مهم برای بررسی کیفیت هوای جهان، کره جنوبی با موفقیت ماهواره خود موسوم به «کنولیان ۲بی» (Cheollian 2B) را به مدار زمین پرتاب کرد. این اولین ماهواره از یک شبکه سه‌تایی به شمار می‌رود که در نهایت قرار است آسیا، آمریکا، شمالی و اروپا را پوشش دهند. این ماهواره در ۱۸ فوریه ۲۰۲۰ با موشک «آریان ۵» (Ariane 5) شرکت «آریان‌اسپیس» (Arianespace) از «مرکز فضایی گویان» در فرانسه به مدار زمین پرتاب شد.

روی ماهواره کنولیان ۲بی، یک دستگاه «طیف‌سنج پایش محیط زمین‌ایستا» (GEMS) قرار دارد. این دستگاه برای بهبود هشدارهای اولیه در مورد رویدادهای خطرناک آلودگی در سراسر منطقه آسیا و اقیانوسیه و نظارت بر تغییرات آب‌وهوایی بلندمدت طراحی شده است. طیف‌سنج پایش محیط زمین‌ایستا در طول ماموریت ۱۰ ساله خود، غلظت مواد شیمیایی مانند دی‌اکسید نیتروژن، دی‌اکسید گوگرد، فرمالدهید، ازن و سایر ذرات معلق در هوا را بررسی خواهد کرد. انتظار می‌رود که این دستگاه با مشاهده ریزگردها و گردوغبار در شرق آسیا برای اولین بار، منبع ریزگردهای PM5.5 را که به کره جنوبی سرازیر می‌شوند، شناسایی کند.

■ ماده جدیدی که گازهای پیش‌ساز آلودگی را جذب می‌کند

«موسسه مهندسی عمران و فناوری ساخت کره جنوبی» (KICT) در واکنش به این مشکل بزرگ آلودگی هوا، پیشرفت چشمگیری داشته است. پژوهشگران این موسسه یک ماده خلاقانه طراحی کرده‌اند که برای جذب کردن گازهای اکسید نیتروژن و دی‌اکسید گوگرد طراحی شده است. این دو ماده، پیش‌سازهای حیاتی برای ریزگردها هستند.

این ماده جدید به طور موثر در دمای اتاق عمل می‌کند و یک جایگزین با انرژی کارآمد برای روش‌های سنتی ارائه می‌دهد که به انرژی و دمای بالا نیاز دارند.

هسته اصلی این نوآوری در یک ماده نانوکامپوزیت سرامیکی ساخته‌شده از اکسیدهای سدیم منگنز نهفته است. این ماده یک مکانیسم دوگانه جذب و اکسیداسیون را به کار می‌گیرد و گازهای اکسید نیتروژن و دی‌اکسید گوگرد را به طور موثر به یون‌های سولفات و نیتريت کم‌ضرر تبدیل می‌کند.

یکی از مزایای قابل توجه این ماده، قابلیت احیای آن است که امکان بازیافت و استفاده مکرر را از طریق روش‌های شیمیایی ساده فراهم می‌کند.

دکتر «جیول بائه» (Jiyeol Bae) سرپرست این گروه پژوهشی، اهمیت این پیشرفت را برجسته کرد و گفت: با توسعه این نانومواد جدید، اکنون امکان پیاده‌سازی سیستمی وجود دارد که می‌تواند میزان پیش‌سازهای ریزگرد را در محیط‌های شهری با یک روش مقرون‌به‌صرفه کاهش دهد. همه این تلاش‌ها به عموم مردم کمک می‌کنند تا از هوای پاک و سالم برخوردار شوند.

به رغم این پیشرفت امیدوارکننده، چالش‌هایی پیش روی پژوهشگران وجود دارند که از میان آنها می‌توان به مقیاس‌پذیری تولید، ملاحظات هزینه برای کاربرد گسترده و ادغام با زیرساخت‌های کنونی کنترل آلودگی اشاره کرد. این چالش‌ها برای گذر از موفقیت آزمایشگاهی و رسیدن به کاربرد عملی در دنیای واقعی بسیار مهم هستند. / ایسنا

همه چیز درباره صنعت «خرده فروشی»

از فروشگاه‌های فیزیکی تا دنیای صفر و یک

«خرده‌فروشی» (Retailing) که به عنوان آخرین مرحله از زنجیره تأمین، بخش قابل توجهی از اقتصاد جهان را به خود اختصاص داده است، نقش مهمی در عرضه محصولات به مصرف‌کننده دارد. «خرده‌فروش»، شخص یا فروشگاه‌ای است که محصول را به مصرف‌کننده نهایی (Consumer) ارائه می‌دهد. در گذشته خرده‌فروشی به شکل سنتی انجام می‌شد و خرده‌فروش به طور مستقیم با مصرف‌کننده در ارتباط بود اما در حال حاضر اصل ماهیت خرده‌فروشی با بهره‌مندی از تکنولوژی روز دنیا، تغییر و تحول چشمگیری را تجربه کرده است.



انواع خرده‌فروشی

- **store retailing** - مانند سوپرمارکت‌ها، داروخانه‌ها، فروشگاه‌های راحت و ...
- **none-store retailing** - مانند فروش مستقیم کارخانه‌ها و تولیدکننده‌ها در درب خانه و ...
- **corporate retailing** - خرده‌فروشی‌هایی که محصولات شرکت‌های شریک یا خانوادگی را می‌فروشند.
- **internet / electronic retailing** - تمامی خرده‌فروشی‌های اینترنتی و آنلاین که محلی فیزیکی برای مشاهده و تست برای مشتری ندارند.
- **service retailing** - مانند رستوران‌ها، هتل‌ها، تاکسی‌ها، ارائه‌دهنده‌های اینترنت و ...

ویژگی‌های اصلی صنعت خرده‌فروشی

- صنعت خرده‌فروشی با داشتن یک سری ویژگی اصلی، از صنایع عمده‌فروشی و تولید، قابل تفکیک است.
 - **تماس و ارتباط مستقیم با مشتری:** در صنعت خرده‌فروشی با خریدار یا مصرف‌کننده نهایی ارتباط مستقیمی وجود دارد. در حقیقت، خرده‌فروشی واسطه بین عمده‌فروش یا تولیدکننده با مشتری به حساب می‌آید.
 - **نوع رابطه با مشتری:** خرده‌فروشان نوعی ارتباط انسانی با مشتریان دارند و به آنها کمک می‌کنند در رابطه با بهترین کالا یا خدمات برایشان تصمیم درستی بگیرند.
 - **انبار کردن حجم پایینی از کالاها:** معمولاً انبار عمده‌فروشان و تولیدکنندگان بسیار پُرتر و شلوغ‌تر از خرده‌فروشان است.
 - **انبار کردن کالاها برندهای مختلف:** اغلب خرده‌فروشان با توجه به تقاضای مشتریان، کالاها برندهای متفاوتی را برای فروش، تهیه و انبار می‌کنند.
 - **ارتباط مشتری با شرکت‌های تولیدکننده کالاها:** خرده‌فروشان به‌نوعی نماینده‌های شرکت‌ها و برندها به حساب می‌آیند؛ بنابراین، مشتریان بازخورد یا پیشنهاد خود را از طریق خرده‌فروشان به گوش تولیدکنندگان می‌رسانند.
 - **فضای محدود قفسه‌ها:** فضای قفسه‌ها در فروشگاه‌های خرده‌فروشی بسیار محدود است و صرفاً کالاهایی که تقاضای زیادی برایشان وجود دارد را در قفسه‌هایشان قرار می‌دهند.
 - **فروش کالاها به حداکثر قیمت:** از آنجایی که خرده‌فروشی شامل فروش مستقیم محصول به مشتری می‌شود، در فروشگاه‌های خرده‌فروشی شاهد بالاترین قیمت (همان قیمت نهایی) نیز خواهیم بود.
- ***
- یکی از شاخص‌های رشد و رونق کسب‌وکار در هر کشور، میزان گسترش و توسعه صنعت خرده‌فروشی در آن است. صنعت خرده‌فروشی آینده خوبی را پیش روی خود می‌بیند. مشتری یا مصرف‌کننده، هم به صورت «آنلاین»

و هم «آفلاین» در معرض خرید قرار دارد و در این مسیر، رشد فزاینده‌ای را در صنعت خرده‌فروشی شاهد خواهیم بود.

امروزه «تجارت الکترونیک» و «تجارت دیجیتال» به عنوان نمونه‌های رشد صنعت «خرده‌فروشی» معرفی می‌شوند. در خرده‌فروشی مدرن، خدمات گسترده‌تری در اختیار مشتری یا مصرف‌کننده قرار می‌گیرد. فروشگاه‌ها و کسب‌وکارهای خرده‌فروشی با مقیاس‌های گوناگون در ارائه محصولات مختلف با یکدیگر رقابت می‌کنند.

در حال حاضر، نسل جدیدی از فروشگاه‌ها و کسب‌وکارهای خرده‌فروشی در دنیا دیدگاه مشتری یا مصرف‌کننده را نسبت به فرآیند «خرید» تغییر داده‌اند.

دنیا زیر سایه صنعت خرده‌فروشی

در حال حاضر با وجود ضربه شدید همه‌گیری کرونا به تمامی صنایع به خصوص صنعت خرده‌فروشی، این بازار در جهان رشد چشمگیری را تجربه کرده است. به طور مثال در قاره آسیا، «خرده‌فروشی» سالانه میانگین ۹ درصد رشد داشته و ارزش آن به هزار میلیارد دلار رسیده است.

بر اساس گزارش فوربس (Forbes) بالاترین فروش در حوزه خرده‌فروشی به ترتیب به غول‌هایی چون «آمازون» (Amazon)، «کروگر» (Kroger) و «نایکی» (Nike) تعلق دارد.

با توجه به اعلام گزارش ماهانه وزارت بازرگانی ایالات متحده آمریکا در صنعت خرده‌فروشی در سال ۲۰۲۱، می‌توان تصویر جامع و کاملی از فروش آنلاین خرده‌فروشی در سال ۲۰۲۱ مشاهده کرد.

در این گزارش آماری، فروش «خرده‌فروشی» در سال ۲۰۲۱ برای ایالت متحده ۶/۶ تریلیون دلار بوده که نسبت به سال گذشته رشد ۱۷/۹ درصدی را نشان می‌دهد.

سال ۲۰۲۱ یکی از بهترین سال‌ها در تاریخ خرده‌فروشی ایالات متحده بود به طوری که بیش از دو برابر سریع‌تر از ۳۰ سال گذشته رشد داشته است.

انقلابی در دنیای خرده‌فروشی

دنیای خرده‌فروشی انقلابی عظیم را به چشم دیده و آن هم تغییر خرید و فروش «مکان محور» به تبادل کالا در بستر اینترنت و مبتنی بر شبکه‌های مجازی و دنیای صفر و یک است که با عنوان «خرده‌فروشی الکترونیک» (E-Retailing, E-Tailing) شناخته می‌شود. این عبارت برای اولین بار در ابتدای سال ۱۹۹۵ به کار رفت. البته ناگفته نماند که فروشگاه‌های فیزیکی (فروش مبتنی بر مکان) همچنان پر قدرت به حیات خود ادامه می‌دهند و اتفاقاً روز به روز در حال گسترش هستند. اما شیوه‌های فروش آنها دستخوش تغییرات زیادی شده است.

با پیشرفت تکنولوژی، انقلاب خرده‌فروشی، ایران را هم در

تاریخچه خرده‌فروشی

روند شکل‌گیری صنعت خرده‌فروشی در جهان

قدمت صنعت «خرده‌فروشی» بیش از آن چیزی است که ممکن است تصور کنید. این صنعت از زمانی که کشاورزان، حیوانات را مبادله می‌کردند تا معرفی اولین مرکز خرید دنیا در سال ۱۹۳۰، مسیر پر پیچ‌وخم و طولانی را برای تکامل طی کرده است. در ادامه مروری سریع خواهیم داشت بر تاریخچه صنعت «خرده‌فروشی» از ابتدا تا امروز:

۹۰۰۰ - ۶۰۰۰ پیش از میلاد

تبادل کالا (Barter System): حیواناتی همچون شتر، گوسفند و گاو قدیمی‌ترین نوع عرضه محسوب می‌شدند.

۸۰۰ پیش از میلاد

بازار (market): تاجران یونان قدیم در بازارهایی که «آگورا» نامیده می‌شدند، به تبادل کالاهایشان می‌پرداختند.

۲۰۰ پیش از میلاد

حسابداری (Accounting): در این زمان اولین اسناد مکتوب چرتکه در چین به‌وجود آمد.

۱۸۸۳ میلادی

صندوق فروش (Cash Register): دستگاه صندوق فروش اولین بار توسط جیمز ریتی برای شمارش و نگهداری پول‌ها در فروشگاه‌ها اختراع شد.

۱۸۹۰ - ۱۹۲۰ میلادی

فروشگاه بزرگ چندبخشی (Department Store): در این دوره، مغازه‌هایی که توسط اعضای یک خانواده گردانده می‌شدند، رفته‌رفته منسوخ و فروشگاه‌های بزرگ چندبخشی جایگزین آنها شدند.

۱۹۰۹ میلادی

تغییر مفهوم «خرده‌فروشی»: مفهوم خرید کردن از امری ضروری به نوعی تفریح، توسط آقای هری سلفریج تغییر داده شد. او معتقد بود باید ذهن مردم را هیجان‌زده کنیم تا به جیب آنها دسترسی یابیم!

۱۹۲۰ میلادی

کارت اعتباری (Credit Card): کارت‌های اعتباری یا شارژی برای راحتی بیشتر مردم خلق شدند، زیرا تا پیش از آن، مشتریان مجبور بودند برای دریافت پول نقد در هر خرید به بانک بروند.

بر گرفت و حداقل طی یک دهه گذشته رشد بسیار سریعی را تجربه کرد.

■ عوامل مؤثر در انقلاب خرده‌فروشی

بی‌شک انقلاب خرده‌فروشی مدیون گسترش هوش مصنوعی و رشد همه‌جانبه تجارت الکترونیک است. یکی از مؤثرترین ابزارها در بازاریابی و فروش در صنعت خرده‌فروشی «اومنی چنل» و «مولتی چنل» هستند که در ادامه به معرفی این دو مورد می‌پردازیم:

● «مولتی چنل»

بازاریابی «مولتی چنل» (چند کاناله) در یک کسب‌وکار از طریق چند کانال مختلف با مشتری یا مصرف‌کننده وارد تعامل می‌شود. این کانال‌ها کاملاً به صورت جداگانه و مستقل از یکدیگر مورد استفاده قرار می‌گیرند. در «مولتی چنل»، سرعت جابجایی مصرف‌کننده یا مشتری بین کانال‌ها بسیار کاهش می‌یابد و اصلاً شاید میسر نشود. عدم یکپارچگی تلاش واحدها و تیم‌های مختلف یک کسب‌وکار برای برقراری ارتباط با یکدیگر یکی از ضعف‌های بزرگ بازاریابی «مولتی چنل» است.

● «اومنی چنل»

در بازاریابی «اومنی چنل» مشتری یا مصرف‌کننده در هر زمان و هر مکان می‌تواند از طریق تلفن همراه خود به اطلاعات یک محصول دسترسی تمام و کمال داشته باشد و پس از نهایی‌کردن خرید خود، به صورت حضوری به فروشگاه مراجعه کرده و محصول مورد نظر خود را دریافت کند. این مشتری یا مصرف‌کننده می‌تواند از طریق فروشگاه‌ها، وب‌سایت‌ها، اپلیکیشن‌ها، شبکه‌های اجتماعی یا ... محصول یا کالایی را درخواست بدهد و خرید کند. مشتری یا مصرف‌کننده حتی می‌تواند یک

کالا یا محصول را از یک فروشگاه خرده‌فروشی به صورت آنلاین خرید کند و از یک فروشگاه محلی تحویل بگیرد. این اتفاق می‌تواند حتی به صورت برعکس هم به وقوع بپیوندد. حتی مشتری یا مصرف‌کننده می‌تواند از خدمات پس از فروش به صورت آنلاین، آفلاین و حتی ترکیبی از این دو استفاده کند. در بازاریابی «مولتی چنل» این یکپارچگی عملاً وجود ندارد. به همین دلیل بازاریابی «اومنی چنل» در حفظ مشتری یا مصرف‌کننده کارایی به مراتب بهتری دارد.

■ تأثیر هوش مصنوعی و تجارت الکترونیک بر «خرده‌فروشی»

پیشرفت و گسترش هوش مصنوعی و بهره‌گیری از پلتفرم‌های تجارت الکترونیک، صنعت خرده‌فروشی را هر روزه با تحولات جدیدی مواجه می‌کند تا جایی که شاهد ادغام شدن خرید و فروش «آنلاین» و «آفلاین» هستیم. وجود داده‌ها و اطلاعات بسیار، باعث شده صاحبان کسب‌وکار بتوانند به صورت کاملاً هوشمند مدیریت بهتری را پیاده‌سازی کنند. در آینده‌ای نزدیک مدیران می‌توانند از این داده‌ها مثل دستیارهای صوتی (الکسا و گوگل هوم) برای ایجاد خدمات مجهز به هوش مصنوعی بهره‌برند.

اگر خرده‌فروشان‌ی که همچنان به روش سنتی فعالیت می‌کنند، در شیوه خود تجدیدنظر کرده و برای رشد و ارتقاء خود هم‌راستا با تغییرات تکنولوژی و حضور پر قدرت هوش مصنوعی شوند، به‌زودی شاهد این خواهیم بود که ماشین‌ها به شکل فرایندهای مشتری خرده‌فروشان خواهند شد.

بیش از ۵۰ درصد بازار خرده‌فروشی جهان به فروشگاه‌های زنجیره‌ای تعلق دارد و این عدد در اقتصادهای پیشرفته حتی به ۸۰ درصد هم می‌رسد. در ایران بیش از ۱۷۰ هزار فروشگاه



مواد غذایی وجود دارد. استان‌های تهران، خراسان‌رضوی و اصفهان هم بیشترین میزان فروش از این فروشگاه‌ها را در کل ایران دارند.

■ تفاوت خرده‌فروشی و عمده‌فروشی

شاید بتوان تفاوت اصلی «خرده‌فروشی» و «عمده‌فروشی» را در قیمت نهایی محصول یا کالایی که به دست مشتری یا مصرف‌کننده می‌رسد، دانست. قطعاً قیمت محصول خرده‌فروشی بیشتر از عمده‌فروشی است. دلیلش هم هزینه و سود فروش محصول یا کالا به مشتری یا مصرف‌کننده است. هزینه‌ای که نیروی انسانی، تبلیغات، فضای فروش و ... را شامل می‌شود. خرده‌فروش محصول نهایی را از یک عمده‌فروش به صورت کلی دریافت می‌کند و با قیمتی بالاتر به مصرف‌کننده یا مشتری می‌فروشد.

البته در این بین، فروشگاه‌های خرده‌فروشی هم هستند که خود یک زیرمجموعه از یک عمده‌فروشی به حساب می‌آیند. محصول در این فروشگاه‌ها به صورت مستقیم و بی‌واسطه به مشتری یا مصرف‌کننده ارائه می‌شود و طبیعی است که قیمت‌ها در این فروشگاه‌ها پایین‌تر از دیگر خرده‌فروشان باشد.

■ انواع روش‌های خرده‌فروشی

فروشگاه‌های خرده‌فروشی انواع مختلفی دارند که به شکل زیر دسته‌بندی می‌شوند:

● فروشگاه‌های زنجیره‌ای

انواع مختلفی از کالا یا محصول به شکل گسترده‌ای در این فروشگاه‌ها ارائه می‌شود. از پوشاک و لوازم خانگی تا آرایشی و بهداشتی و مواد غذایی.

● خواربارفروشی‌ها و سوپرمارکت‌ها

محصولات خوراکی و نوشیدنی در این نوع فروشگاه‌ها عرضه می‌شود. البته ممکن است در برخی از این فروشگاه‌ها، کالاهایی مثل لوازم خانگی، پوشاک و لوازم الکترونیکی نیز ارائه شود.

● خرده‌فروشان‌ی که انبار دارند

این نوع فروشگاه‌ها کاملاً شبیه انبار هستند و خبری از ساخت‌وساز شیک و مجلل نیست. در این فروشگاه‌ها، کالا یا محصول با قیمت پایین‌تری از سایر خرده‌فروشان به فروش می‌رسد.

● خرده‌فروشان تخصصی

دسته خاصی از کالاها در این نوع فروشگاه‌ها عرضه می‌شود. مثل برندهای خاصی چون نایکی و آدیداس و ...

● خرده‌فروشی تخفیفی

همان‌طور که از نامش پیداست، در این نوع فروشگاه‌ها، کالاها یا محصولات با تخفیف زیاد به مشتری یا مصرف‌کننده ارائه می‌شود.

● خرده‌فروشی اینترنتی

کالا یا محصول در این نوع فروشگاه‌ها از طریق پلتفرم‌های آنلاین عرضه می‌شود. مشتری یا مصرف‌کننده محصول را درب منزل خود تحویل می‌گیرد. به‌طور معمول هزینه‌های این نوع فروشگاه‌ها از دیگر خرده‌فروشی‌ها پایین‌تر است.

● خرده‌فروشی تجربی

نوعی بازاریابی است که در فضاهای خالی فروشگاه‌ها انجام می‌شود. مشتری یا مصرف‌کننده با عبور از راهروهای بین غرفه‌ها، می‌تواند از فروشندگان هر بخش مشاوره بگیرد. در این فروشگاه‌ها، تمامی امکانات برای تعامل بیشتر مشتری یا مصرف‌کننده با بازاریابی خرده‌فروشی تجربی مهیا است. کافه‌ها، موسیقی زنده، سالن‌های سینما، شهربازی و ... بخشی از این بازاریابی خرده‌فروشی تجربی هستند.

● نقش زنجیره تأمین در صنعت خرده‌فروشی

زنجیره تأمین مؤثر که یک مزیت رقابتی در صنعت خرده‌فروشی به حساب می‌آید، فرایندی را در برمی‌گیرد که از مواد اولیه برای تولید کالا یا محصول تا ارائه و تحویل آن به مشتری یا مصرف‌کننده را شامل می‌شود. مدیریت زنجیره تأمین در خرده‌فروشی بسیار اهمیت دارد. فروشگاه‌های خرده‌فروشی می‌توانند خدمات خود را افزایش داده و به سرعت، زنجیره تأمین را بالا ببرند.

تکنولوژی و استفاده از ترندهای به روز، صرف هزینه کم، ترکیب انسان و فناوری، فروش اینترنتی و تحویل در درب منزل از جمله مهم‌ترین موارد زنجیره تأمین در صنعت

خرده‌فروشی هستند. سیستم‌های زنجیره تأمین مؤثر با کاهش فعالیت اضافی تولیدکنندگان و خرده‌فروشان باعث می‌شوند مشکلات این فرایند مثل هزینه تولید، حمل‌ونقل، بیمه و ذخیره‌سازی کالایی را که قابل فروش نیستند، کاهش یابد.

در فرایند زنجیره تأمین، روش‌های سنتی باید کنار گذاشته شده و تمرکز بیشتری روی روش‌های مدرن صورت گیرد. در حال حاضر به بحث حفظ محیط زیست و اکوسیستم در زنجیره تأمین در صنعت خرده‌فروشی اهمیت زیادی داده می‌شود. این موضوع تأثیر زیادی در وفادارسازی مشتریان دارد.

بحث تدارکات و لجستیک در این زمینه باید به گونه‌ای باشد تا مشتریان با بحران زنجیره تأمین در تحویل کالا مواجه نشوند. در حال حاضر در صنعت خرده‌فروشی سعی شده تا با فناوری بلاکچین این مشکل تا حدودی حل شود. در بلاکچین داده‌ها به صورت بلوک‌های مشخص در یک مکان واحد ذخیره می‌شوند. امنیت در تکنولوژی بلاکچین بسیار بالاست. اتوماسیون و استفاده از اینترنت اشیا تأثیر چشمگیری در رشد زنجیره تأمین داشته است.

■ مزایای فروشگاه‌های فیزیکی

اصول مکان‌یابی فروشگاه‌ی در صنعت خرده‌فروشی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بسیاری از برندها معتقدند دیگر بزرگی فروشگاه‌های فیزیکی اهمیت ندارد؛ مهم انتخاب موقعیت مناسب مکانی فروشگاه و نکته‌سنجی‌های انتخاب‌گذار در این زمینه است. با این حال با وجود رشد تجارت الکترونیک در صنعت خرده‌فروشی، هنوز هم فروشگاه‌های فیزیکی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند.

در بازاریابی «اومنی چنل»، نقش فروشگاه‌های فیزیکی را نمی‌توان نادیده گرفت. یکی از اصول مهم مکان‌یابی



تاریخچه خرده‌فروشی

■ ۱۹۲۹ میلادی

سوپرمارکت‌ها: آقای کراگر برای فروش همه محصولات تنوری‌اش (نان، کیک و ...) مغازه‌ای راه‌انداخت و به‌مرور ارقام خواربار دیگر نیز در این نوع مغازه‌ها به فروش رسیدند و بدین ترتیب اولین سوپرمارکت‌های دنیا در آمریکا به‌وجود آمدند.

■ ۱۹۳۰ میلادی

مرکز خرید (Shopping Mall): اولین مرکز خرید جهان در این سال در شهر دالاس ایالت تگزاس آمریکا راه‌اندازی شد.

قوانین مربوط به حداقل دستمزد دریافتی نیروی کار برای هر روز کاری نیز در همین زمان تعیین و اجرایی شدند

■ ۱۹۴۶ میلادی

فروشگاه رفاه (Convenience Store): اولین فروشگاه رفاه با ساعات کاری طولانی (از هفت صبح تا ۱۱ شب) در تگزاس آمریکا افتتاح شد.

چنین فروشگاه‌هایی در آن زمان بی‌سابقه بودند و مردم هم از ساعات سرویس‌دهی طولانی شگفت‌زده می‌شدند.

■ دهه ۱۹۶۰ میلادی

صندوق فروش الکترونیکی (Electronic Cash Register): اولین دستگاه‌های الکترونیکی شمارش و نگهداری پول در فروشگاه‌ها اختراع شدند.

■ ۱۹۶۲ میلادی

فروشگاه‌های بزرگ «خرده‌فروشی» تخفیف‌دار (Big-Box Retailer): در این سال والمارت اولین فروشگاه بزرگ «خرده‌فروشی» تخفیف‌دار خود را افتتاح کرد.

طی همین دهه کی‌مارت و تارگت هم فروشگاه‌های مشابهی راه‌اندازی کردند.

■ ۱۹۷۴ میلادی

بارکدها (Barcodes): روش‌های کنترل و پیگیری موجودی انبارها بهتر و بهتر می‌شدند. در دهه ۶۰ تکنولوژی بارکدخوانی بوجود آمد. البته اولین بارکدی که از روی یک محصول اسکن شد در سال ۱۹۷۴ و از روی یک بسته آدامس بود.

■ ۱۹۸۵ میلادی

ویدئوهای تبلیغاتی (Infomercial): تبلیغات تلویزیونی در این سال با برنامه‌های بنام The Home Shopping Network شروع شدند.

تاریخچه خرده‌فروشی

۱۹۹۴ میلادی

خرید و فروش اینترنتی (Online Shopping): در این سال «خرده‌فروشی» اینترنتی شروع شد و اولین سفارش اینترنتی دنیا توسط فست‌فود Pizza Hut ثبت شد (پیتزای پیرونی با قارچ و پنیر اضافه!).

۱۹۹۵ میلادی

پیش‌تازان تجارت و خرده‌فروشی الکترونیک (eCom Pioneers): فروشگاه اینترنتی خرده‌فروشی Amazon در این سال کارش را با فروش یک کتاب آغاز کرد.

۱۹۹۷ میلادی

شرکت Coca Cola در برخی از دستگاه‌های فروش خودکارش (vending machines)، امکان پرداخت با موبایل را برای اولین بار فراهم کرد.

۲۰۰۷ میلادی

«خرده‌فروشی» در شبکه‌های اجتماعی (Social Media Retailing): بیش از صد هزار کسب‌وکار در شبکه اجتماعی فیس‌بوک صفحه ایجاد کردند و از این طریق به جذب مشتریان احتمالی و افزایش آگاهی از برند خود پرداختند. در ابتدا این صفحات به صورت گروهی برای بیزینس‌های مختلف ایجاد می‌شد؛ اما نهایتاً منجر به خلق صفحات فروشگاه‌های شد.

۲۰۱۳ میلادی

تکنولوژی جمع‌آوری داده (Data Collection Technologies): خرده‌فروشان با استفاده از تکنولوژی‌های جدید به جمع‌آوری داده و اطلاعات در رابطه با مشتریان خود پرداختند.

۲۰۱۳ میلادی

بازاریابی چند کاناله (Omnichannel Marketing): خرده‌فروشان شروع به استفاده از هر کانال ممکن برای فروش محصولات و رسیدن به مشتریان می‌کنند.

۲۰۱۳ - ۲۰۱۵ میلادی

رسیدهای الکترونیکی (E-Receipts): برای کمک به حفظ محیط زیست و استفاده کمتر از کاغذ، خرده‌فروشان شروع به استفاده از رسیدهای الکترونیکی به جای نمونه‌های معمول کاغذی می‌کنند. کسی نمی‌داند که تحول بعدی در دنیای خرده‌فروشی، چه اتفاقی را با خود به همراه خواهد آورد؛ با این حال همه می‌دانیم که صنعت خرده‌فروشی همگام با سرعت تکنولوژی پیشرفت کرده و دستخوش تغییر و تحولات بیش از پیش خواهد شد. □



جست‌وجوی مورد نظر تان تایپ کنید تا کمتر از چند ثانیه یک لیست بلندبالا اما مرتب و منظم از گزینه‌های ممکن در پیش‌چشم‌انتان ظاهر شود. صرفه‌جویی در زمان، نمایش کامل همه محصولات و موارد مشابه با آن‌ها از جمله مزایای مهم خرده‌فروشی آنلاین محسوب می‌شوند. شما از طریق خرید آنلاین امکان مقایسه آسان و در عین حال دسترسی آسان به نظرات دیگران را دارید. مصرف‌کنندگان فروشگاه‌های خرده‌فروشی آنلاین می‌توانند در هر زمان از شبانه‌روز سفارش خرید خود را ثبت کنند.

● **معایب:** امنیت و حفظ حریم شخصی افراد یکی از موضوعات مهم است. بهتر است پیش از خرید، گواهی امنیت وبسایت خرده‌فروشی را چک کنید و از بالا بودن ضریب ایمنی آن ابتدا اطمینان حاصل کنید. با استفاده از برخی وبسایت‌های خرده‌فروشی در بسیاری از مواقع بسیاری از داده‌های دستگاه‌های هوشمند شما در اختیار وبسایت‌ها قرار می‌گیرند، بنابراین امنیت، نقش کلیدی را ایفاء می‌کند. برخی از مشتریان ترجیح می‌دهند کالاها را پیش از خریدن لمس کنند و از جنس و نوع آن‌ها باخبر شوند. یکی از معایب خرید اینترنتی از برخی از وبسایت‌های خرده‌فروشی همین موضوع است؛ اگرچه در حال حاضر با پیشرفت تکنولوژی و استفاده از روش‌های مدرن و واقعیت‌افزوده می‌توان این مشکل را برطرف کرد. نیاز به اینترنت و اقدام تعامل و برقراری ارتباط مستقیم از جمله معایب خرید و فروش آنلاین محسوب می‌شود. □

● **مزایا و معایب خرده‌فروشی آنلاین**
 bayamax.com/the-future-of-retail
 blog.okcs.com/what-is-retail
 donya-e-eqtasad.com
 shahinrahnama.com/what-is-retail-industry

از تخفیف پیش خرید برای محصولات جدید است. در این میان نباید اهمیت استراتژی تخفیف برای خریدهای مرجوعی را نادیده گرفت. استقبال از کالاهای مرجوعی و پاسخگویی مناسب تأثیر مثبتی در ذهن مشتری می‌گذارد. از استراتژی بازاریابی مرجوعی به عنوان یک استراتژی برد-برد نیز یاد می‌شود.

پشتیبانی از مشتری در صنعت خرده‌فروشی

عناصر زیادی در بهبود تجربه پشتیبانی از مشتری تأثیرگذار هستند. کسب‌وکارها در بخش پشتیبانی باید برای مشتریان خود وقت گذاشته و با آن‌ها روابط معنی‌دار برقرار کنند. سرعت در پاسخگویی و ارتباطات با مشتریان بسیار حائز اهمیت است. در این میان سرعت رشد گزینه‌های دیجیتال به حدی بالا بوده که بسیاری از کسب‌وکارها معمولاً پشتیبانی مشتری را برون‌سپاری می‌کنند. استفاده از چت‌بات‌ها برای پاسخگویی سریع در موارد ساده یکی از راهکارهای ایجاد رضایت در مشتریان خرده‌فروشی محسوب می‌شود. با این حال آمار و ارقام نشان می‌دهد که هر چه در مسیر دیجیتال قدم بر می‌داریم، بر عکس آن مشتریان ترجیح می‌دهند در زمینه پشتیبانی با یک شخص واقعی صحبت کنند. در عین حال باید به این نکته توجه کرد که برای بهبود تجربه پشتیبانی از مشتری بهتر است کسب‌وکارهای خرده‌فروشی دارای نیروهای آموزش دیده در مرکز تماس باشند.

● **مزایا:** بین شما و تمام کالاهای موجود در دنیای اینترنت تنها چند ضربه انگشت، فاصله است. همین موضوع یکی از مزایا و فواید اصلی خرده‌فروشی آنلاین محسوب می‌شود. کافی است نام کالای مورد نیاز خود را در موتور

پول نقد به راحتی خرید کنند و بعداً به صورت قسطی مبلغ خرید خود را پرداخت کنند. مطالعات نشان داده زمانی که فروشگاه‌های خرده‌فروشی به سمت فروش اقساطی و استفاده از این استراتژی رفته‌اند، ۳۳ درصد افزایش فروش داشته‌اند.

از محصولات، خواسته‌ها و سلیقه‌های آن‌ها مورد توجه قرار گیرد.

● **قیمت**
 در طیف گسترده محصولات، باید به شیوه درست برای مشتریان قیمت‌گذاری شده و باید بر مبنای خواست مشتری محصولات متنوعی از قیمت‌های بالا تا پایین عرضه شود. تنوع محصول و تنوع قیمت احتمال خرید را بالا می‌برد.

● **مزایای BNPL**
 استفاده از استراتژی BNPL قطعاً بر روی تعداد دفعات خرید مشتریان و میزان ارزش خرید آن‌ها تأثیر می‌گذارد. با استراتژی فروش اقساطی، تجربه مثبت در ذهن مشتری خلق می‌شود. استفاده از این استراتژی در واقع نوعی روانشناسی مشتریان است. تجربه مثبت خلق شده در ذهن مشتری او را به یکی از مصرف‌کنندگان وفادار تبدیل خواهد کرد. مصرف‌کنندگان حتی ترغیب به تکرار خرید از طریق چنین پروسه‌ای می‌شوند.

● **بهترین استراتژی‌های تخفیف**
 معمولاً اکثر فروشگاه‌های خرده‌فروشی از استراتژی تخفیف برای ایجاد انگیزه در مشتریان استفاده می‌کنند. استفاده از استراتژی بازاریابی تخفیف باعث جذب مشتریان جدید احتمالی خواهد شد. آگاهی از نحوه و زمان استفاده از استراتژی تخفیف بسیار مهم است. استراتژی تخفیف باید با اهداف کسب‌وکار همسو باشد. هدف از تخفیف، بسیار مهم است. هدف زمان تخفیف را تعیین می‌کند.

● **ترویج و تبلیغ (Promotion)**
 هنگامی که محصول در خرده‌فروشی وارد شد، باید راه دسترسی مشتری به آن محصول را برایش ترویج (promot) شود. مشتری اگر از ورود محصول، خدمت یا کالای کسب‌وکار بی‌خبر باشد، چگونه می‌تواند خرید کند؟

● **انواع استراتژی‌های تخفیف**
 از جمله استراتژی‌های تخفیف متداول در صنعت خرده‌فروشی، تخفیف در تعطیلات است. یکی از استراتژی‌های مهم و اصلی تخفیف در بازاریابی استفاده

● **مکان**
 در خرده‌فروشی باید برای محصولات مکان‌یابی درست و دقیقی وجود داشته باشد. کاتالوگ، وبسایت و... می‌تواند مشتری را به مکان دقیق محصول مدنظرش راهنمایی کند. اگر مشتری برای رسیدن به کالا یا خدمتی که عرضه می‌شود به مشکل بخورد، این ایراد کسب و کار است!

● **مکان**
 در خرده‌فروشی باید برای محصولات مکان‌یابی درست و دقیقی وجود داشته باشد. کاتالوگ، وبسایت و... می‌تواند مشتری را به مکان دقیق محصول مدنظرش راهنمایی کند. اگر مشتری برای رسیدن به کالا یا خدمتی که عرضه می‌شود به مشکل بخورد، این ایراد کسب و کار است!

● **ترویج و تبلیغ (Promotion)**
 هنگامی که محصول در خرده‌فروشی وارد شد، باید راه دسترسی مشتری به آن محصول را برایش ترویج (promot) شود. مشتری اگر از ورود محصول، خدمت یا کالای کسب‌وکار بی‌خبر باشد، چگونه می‌تواند خرید کند؟

● **استراتژی فروش اقساطی (BNPL) در فروشگاه‌های خرده‌فروشی**
 استفاده از BNPL یا همان فروش اقساطی به یک ترند بزرگ در دنیای خرده‌فروشی آنلاین تبدیل شده است. BNPL که به «حالا بخر، بعداً پرداخت کن» معروف است، به خریداران این امکان را می‌دهد تا بدون پرداخت

● **ترویج و تبلیغ (Promotion)**
 هنگامی که محصول در خرده‌فروشی وارد شد، باید راه دسترسی مشتری به آن محصول را برایش ترویج (promot) شود. مشتری اگر از ورود محصول، خدمت یا کالای کسب‌وکار بی‌خبر باشد، چگونه می‌تواند خرید کند؟

فروشگاهی، خلاقیت است. فروشگاه‌های پاپ‌آپ در دنیای مدرن رشد چشمگیری کرده‌اند. فروشگاه‌هایی که چندان بزرگ نبوده و با روش‌های خلاقانه بازاریابی در فضای مناسب سعی در حداکثر تأثیرگذاری بر روی مشتری دارند.

فروشگاه‌های پاپ‌آپ برای مخاطبان، سرگرم‌کننده، جذاب و جالب هستند. در برخی از انواع استراتژی‌های مکان‌یابی ترجیح داده می‌شود تا فروشگاه‌های فیزیکی در نزدیکی برندهای بزرگ دنیا قرار گیرند. تعامل در فروشگاه‌های فیزیکی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بنابراین یکی از تکنیک‌های مکان‌یابی فروشگاه‌های خرده‌فروشی، قرار گرفتن در مراکز خرید بزرگ با بیشترین رفت‌وآمد است.

در این میان نباید فروشگاه‌های خرده‌فروشی ۲۴ ساعته با مفهوم فروشگاه شبانه‌روزی را فراموش کرد. اگر چه ممکن است فروشگاه فیزیکی تعطیل باشد، اما تلفیق هوشمندانه بازاریابی و مکان‌یابی خلاق بر بستر آنلاین و آفلاین ترکیبی از فعالیت ۲۴ ساعته در ذهن مشتریان ثبت کرده است.

4PS در خرده‌فروشی

چهار متغیر «محصول»، «قیمت»، «مکان» و «تبلیغات» را ترکیب عناصر بازاریابی «4PS» می‌نامند. اگرچه این اصل بسیار قدیمی است اما هنوز معتبر است. از اصول اساسی و مهم در صنعت خرده‌فروشی توجه به همین چهار عنصر است. کالا یا محصولی در خرده‌فروشی باید عرضه شود که مشتریان قصد خریدش را دارند. خوب این نکته بدیهی است، اما باید به این نکته توجه شود که هر محصول سودآوری متفاوتی دارد. باید در طیف گسترده‌ای



همه چیز درباره خدمات نظافت مراکز خرید

خدمات نظافت مراکز خرید به دلایلی مهم است. اول از همه، به دلیل ترافیک بالای رفت و آمدی که این مکان‌ها به صورت روزانه تجربه می‌کنند، ضروری است که مرکز خرید تا حد امکان تمیز بماند. یک مرکز خرید کثیف، مراجعه‌کنندگان را از بازدید منصرف می‌کند که به نوبه خود به فروش و سود همه کسب‌وکارهای داخل مرکز لطمه می‌زند. دوم، تعمیر و نگهداری منظم برای اطمینان از ایمن ماندن مرکز خرید برای مراجعه‌کنندگان ضروری است. هنگامی که سطوح کف مرطوب، کثیف یا آلوده می‌شود، می‌تواند خطری بالقوه ایجاد کند و منجر به لغزش و افتادن مراجعه‌کنندگان شود. در نهایت، نگهداری منظم و برنامه‌ریزی‌شده، به دور نگه‌داشتن آفات از مراکز خرید کمک می‌کند! با استخدام نظافتچی‌های حرفه‌ای که اهمیت خدمات نظافتی منظم در مراکز خرید را درک می‌کنند، می‌توان محیطی سالم و ایمن را برای هر مراجعه‌کننده‌ای فراهم کرد.

■ خطرات نظافت ضعیف

کاهش می‌یابد، زیرا مردم به طور کلی از مراجعه به مرکز خرید خودداری می‌کنند. خطر انتقال بیماری از طریق فضولات چوندگانی که به سیم‌کشی، کابل‌ها و لوله‌ها آسیب می‌زند، افزایش می‌یابد و در پی آن افزایش هزینه‌ها بابت خدمات نابودی منظم

این چوندگان را در پی خواهد داشت. سطوح را تمیز و ضدعفونی کنید. تمیز نگه‌داشتن تمام سطوح مرکز خرید، از جمله کف، دیوارها و پنجره‌ها بسیار مهم است. از محصولات پاک‌کننده سبز استفاده کنید که برای محیط زیست و همچنین افرادی که از آن‌ها استفاده

گسترش میکرووب‌ها و باکتری‌ها یکی از بدبویی‌ترین موارد است، اما فقط به سلامت افراد مربوط نمی‌شود، بلکه بر کسب‌وکار مراکز خرید نیز تأثیر می‌گذارد. به عنوان مثال اگر افراد زیادی در یک زمان به ویروس مبتلا شوند، فروش

می‌کنند، ایمن هستند.

استفاده از جاروبرقی یکی از بهترین راه‌ها برای جلوگیری از تجمع گردوغبار بر روی سطوح کف مراکز خرید بوده و همچنین یکی از ساده‌ترین راه‌ها برای جلوگیری از ورود گردوغبار به ریه‌های افراد است.

نقش شرکت خدمات نظافتی، توسعه و اجرای پروتکل‌های نظافت، نظارت بر عملکرد کارکنان، اطمینان از رعایت استانداردهای ایمنی و بهداشتی و موارد دیگر است.

اولین گام در این فرآیند، ایجاد یک برنامه نظافت جامع است که اندازه مرکز خرید و همچنین ویژگی‌های منحصر به فرد آن را در نظر می‌گیرد. این امر به تعیین منابع مورد نیاز برای نگهداری مؤثر به صورت روزانه کمک خواهد کرد. داشتن خط‌مشی‌هایی برای برخورد با مسائل رایج مانند رهاکردن زباله در محیط یا خرابکاری در محل، به طوری که کارکنان نظافت بدانند در هنگام بروز این موارد در شیفت کاری خود چگونه واکنش نشان دهند.

پس از انجام این مراحل، مدیران باید روی نظارت بر عملکرد نظافتچی‌ها در هر روز (یا هفته) تمرکز کنند.

این کار می‌تواند از طریق بازرسی‌های منظم انجام شود که در آن مدیران، مناطقی را که به طور کامل تمیز شده‌اند در مقابل مناطقی که هنوز نیاز به بهبود دارند، بررسی می‌کنند.

■ استفاده از محصولات پاک‌کننده برای مراکز خرید هنگامی که صحبت از خدمات نظافت مراکز خرید می‌شود، محصولات متعددی وجود دارند که می‌توان از آن‌ها برای تمیز کردن و ضدعفونی کردن مناطق مختلف در مرکز خرید استفاده کرد. مهم‌ترین نکته‌ای که در انتخاب محصول مناسب باید در نظر گرفت این است که آیا این محصول دارای عوامل ضد میکروبی است یا خیر. این کار به جلوگیری از گسترش میکرووب‌ها و باکتری‌ها در سراسر مرکز خرید کمک می‌کند و کارکنان و مراجعه‌کنندگان را سالم نگه می‌دارد.

محصولات ضد میکروبی با موادی طراحی می‌شوند که میکروارگانیسم‌های مضر مانند ویروس‌ها و باکتری‌ها را در هنگام استفاده از بین می‌برند. آن‌ها همچنین در برابر هاگ‌های کپک، جلبک‌ها و مخمرها مؤثر هستند که در صورت عدم درمان طولانی‌مدت ممکن است باعث آلرژی یا عفونت شوند.

یکی دیگر از عوامل مهم در تصمیم‌گیری در مورد استفاده از نوع پاک‌کننده یا ضدعفونی‌کننده، سازگاری با محیط زیست یا تجزیه‌پذیر بودن آن‌ها است. این بدان معنی است که آن‌ها نه به انسان و نه به حیوانات آسیب نمی‌رسانند. به عنوان مثال برخی برندها از مواد شیمیایی سمی مانند گاز کلر دی‌اکسید استفاده می‌کنند، در حالی که برخی دیگر حاوی هیپوکلریت سدیم بوده و هر دوی این مواد سرطان‌زا هستند. بنابراین لطفاً در صورت امکان از استفاده آن‌ها خودداری کنید.

خدمات نظافت حرفه‌ای بهترین گزینه برای محیطی سالم، ایمن و تمیز است. کارشناسان مستقر در مراکز خرید، تخصص و تجربه کافی برای ارائه نظافت سفارشی با تضمین کیفیت را دارند تا مراکز خرید بهترین راه‌حل را برای نیازهای نظافتی خود دریافت کنند. شرکت‌های نظافتی معتبر معمولاً الزامات تمیزکاری سختی را برای نظافتچی‌های خود دارند. آن‌ها همچنین از آخرین فناوری تمیز کردن استفاده خواهند کرد تا همه آلودگی‌ها، گردوغبار و میکرووب‌ها از مراکز خرید حذف شوند.

■ اهمیت نظافت مؤثر مراکز خرید

مراکز خرید هر روز در معرض ترافیک بالایی قرار دارند. نظافت مؤثر برای ایجاد حس مثبت در افرادی که از مراکز خرید برای خرید، سرگرمی و غذاخوری یا حتی برای گذراندن اوقات فراغت استفاده می‌کنند، بسیار مهم است. تمیز کردن یک سطح بزرگ مانند یک مرکز خرید کار آسانی نیست. برنامه‌ریزی صحیح و استفاده از ماشین‌آلات

نظافتی مدرن و پیشرفته می‌تواند زحمت شما را آسان کند. در این مطلب، راهنمایی برای اطمینان از تمیز کردن کامل مکان‌های خرده‌فروشی و مراکز خرید وجود دارد.

۱- روی تجهیزات مؤثر نظافت سرمایه‌گذاری کنید تجهیزات نظافت عمومی مانند ماپ و سطل به اندازه کافی برای تمیز کردن آلودگی‌ها و آلاینده‌ها از یک منطقه بزرگ و شلوغ مانند مراکز خرید خوب نیستند. علاوه بر این، فرآیند کار فشرده و زمان‌بر، کف را مرطوب می‌کند و خطر سقوط و لغزش را افزایش می‌دهد.

ماشین‌های تمیزکننده مدرن مانند Duplex620 دارای قابلیت خشک کردن فوری هستند و به بازدیدکنندگان اجازه می‌دهند تا فوراً از سطوح کف استفاده کنند. این ماشین‌ها می‌توانند کثیفی و گل‌ولای را در نقاط ورودی از بین ببرند و نیازی نیست که مراجعه‌کنندگان با تابلوی «کف مرطوب» مواجه شوند.

۲- اثاثه با لوازم داخلی را فراموش نکنید

گاهی اوقات در طول مراحل نظافت، اثاثه با لوازم داخلی نادیده گرفته می‌شود که البته می‌تواند یک منطقه رایج برای انتشار میکرووب‌ها باشند. جاروبرقی‌های بخار مانند Jetvac برای از بین بردن کثیفی بدون نیاز به پارچه یا دستگاه اضافی در این فرآیند بسیار کمک‌کننده خواهند بود. تجهیزات و برنامه‌های دقیق نظافت هر دو به یک اندازه در بهبود پاکیزگی مهم هستند و در عین حال باعث کاهش آسیب‌های ناشی از لغزش یا سقوط می‌شوند که باعث بهبود فضای مرکز خرید، شهرت و تجربه کلی مشتری می‌شود.

۳- یک استراتژی نظافت دقیق بسازید

تجهیزات مدرن، این فرآیند را برای شما آسان می‌کند؛ اما با این وجود، باید یک برنامه نظافت جامع تهیه کنید. مراکز خرید باید حداقل یک بار در روز تمیز شوند و در برخی مناطق مانند سرویس‌های بهداشتی، نقاط ورودی و رستوران‌ها و فست‌فودها باید توجه ویژه‌ای به آن‌ها شود. کارکنان نظافت باید همیشه از خطرات آگاه باشند و بتوانند اقدامات فوری را انجام دهند.

■ نتیجه

دلایل مهم زیادی برای تمیز نگه‌داشتن یک مرکز خرید وجود دارد. به عنوان مثال: تمیز کردن منظم به تمیز و ایمن نگه‌داشتن محیط برای مراجعه‌کنندگان و کارمندان کمک می‌کند. همچنین با کاهش هزینه‌های دفع زباله و تعمیرات ناشی از تجمع کثیفی به کاهش هزینه‌ها کمک خواهد کرد. در نتیجه، صاحبان مراکز خرید باید به فکر استخدام یک شرکت خدمات نظافتی حرفه‌ای باشند تا بتوانند خدمات نظافت حرفه‌ای مراکز خرید را ارائه دهند. □

www.sq1.com.sg

www.duplexcleaning.com.au



نظافت پله برقی؛ از چالش‌ها تا تکنیک‌ها

پله برقی یکی از اولین امکاناتی است که مراجعه‌کنندگان هنگام ورود به مراکز خرید، هتل‌ها یا فرودگاه‌ها با آن مواجه می‌شوند. مهم نیست که سایر قسمت‌های مجموعه چقدر تمیز باشد، اما اگر پله برقی تمیز نباشد، افراد بلافاصله تصویری منفی از مجموعه خواهند داشت. نظافت پله برقی برای پیمانکاران خدمات ساختمانی (BSCs) و متخصصان نظافت داخلی می‌تواند بسیار خطرناک و دلهره‌آور به نظر برسد. با این حال، تمیزکردن پله برقی در صورت وجود برنامه و استفاده از تجهیزات مناسب، اصلاً چالش برانگیز نیست و به راحتی انجام می‌شود.

چالش‌های نظافت پله برقی

هنگامی که صحبت از تمیزکردن پله برقی می‌شود، چندین چالش وجود دارد که باید در نظر بگیرید:

- از آنجایی که پله برقی‌ها سطوح صافی مانند کف یا میز نیستند، به محصولات و ماشین‌آلات تمیزکننده خاصی نیاز دارند.

- شیارهای موجود در ناحیه آج پله، محلی برای تجمع انواع کثیفی‌های نهفته است و این آلودگی‌ها به سختی از بین می‌روند.
- مجموعه‌هایی که دارای پله برقی با عرض‌های مختلف

هستند، مشکلات منحصر به فردی را برای کارکنان نظافت ایجاد می‌کنند.

- هزینه در مقابل روش نظافت.
- زمان نظافت و توقف پله برقی.

تدوین یک طرح

ابتدا، یک برنامه نظافتی برای پله برقی خود تهیه و تنظیم کنید، به همان روشی که برای نظافت هر منطقه دیگر انجام می‌دهید. اغلب تأسیسات مجموعه‌ها ترجیح می‌دهند پله برقی را در خارج از زمان فعالیت مجموعه یا در کمترین

زمان ترافیک تمیز کنند.

بهتر است بلافاصله پس از نصب پله‌های برقی، طرحی برای نظافت ایجاد کنید تا کثیفی، زمان زیادی برای جمع شدن و برخورد با پله‌ها نداشته باشد و از بین بردن آن سخت‌تر شود. اما این همیشه امکان‌پذیر نیست، بنابراین ممکن است کار بیشتری روی پله برقی‌های بسیار کثیف نیاز باشد تا به سطح تمیزی معقول برسد.

مدیر مجتمع و کارکنان نظافت باید تصمیم بگیرند که نظافت با استفاده از تیم داخلی انجام شود یا به یک شرکت خدمات نظافتی نیاز است. هر کدام از این گزینه‌ها تا زمانی

که از تکنیک و تجهیزات تمیزکردن مناسب استفاده شود، قابل قبول است. سپس، دفعات تمیزکردن پله برقی را برنامه‌ریزی کنید. مگر این که پله برقی قبلاً هرگز تمیز نشده و به شدت کثیف باشد. متوسط چرخه تمیزکردن یک یا دو بار در ماه است. اگر پله برقی در منطقه پرتردد است، نظافت آن یک یا دو بار در هفته ممکن است ضروری باشد. هنگام تنظیم برنامه تمیزکردن، همیشه به دستورالعمل‌های سازنده دستگاه توجه کنید.

انتخاب تجهیزات مناسب

مهم‌ترین تجهیزات مورد نیاز هنگام تمیزکردن پله برقی خود دستگاه است. برخی از تولیدکنندگان پله برقی توصیه می‌کنند قطعات را از هم جدا کرده، آن‌ها را به بیرون ببرید و از واترجت فشار قوی برای تمیزکردن آن‌ها استفاده کنید. این کار نسبتاً پرهزینه و زمان‌بر است و منجر به خرابی ناخوشایند پله برقی می‌شود.

راه‌حل بهتر، استفاده از یک دستگاه نظافتی تخصصی است که در این روش می‌توان به صورت دستی و همچنین مکانیزم نظافت صنعتی، آلودگی‌ها را از بین برد. نکته‌ای که در رابطه با شوینده در روش دوم وجود دارد این است که می‌تواند به دو صورت ارائه شود: پایه آب و پایه حلال. در شوینده‌های پایه آب به علت رسانا بودن باید در فرآیند نظافت، موارد ایمنی به جهت عدم ایجاد اختلالات برقی لحاظ شود. در این فرآیند کمترین مقدار محلول تمیزکننده به کار گرفته می‌شود تا پله برقی بیش از حد خیس نشده و محلول وارد ناحیه «گودال چربی» پله برقی نشود.

اما در شوینده پایه حلال به سبب عدم رسانایی ماده، پس از نظافت، باقی مانده آن خود به خود تبخیر می‌شود و اثری از ماده باقی نمی‌ماند. اما برای اطمینان، بهتر است دستورالعمل‌های سازنده را بررسی کنید.

شوینده‌های پله برقی

انتظار ما از شوینده‌های تخصصی پله برقی موارد زیر است:

- قابلیت از بین بردگی آلودگی‌ها، چربی‌ها، جرم‌ها و لکه‌های سخت
- پاک‌کننده تخصصی و پرقدرت بدون ایجاد آسیب به بدنه دستگاه
- قابل استفاده در تجهیزات نظافت صنعتی و همچنین کاربردی بودن در روش نظافت دستی
- عدم آسیب به سطح

روش استفاده از شوینده

باتوجه به حساسیت‌هایی که در هنگام نظافت دستگاه وجود دارد، موارد زیر باید مورد توجه واقع گردد؛ حساسیت بدنه دستگاه پله برقی: شوینده باید در بازه PH قلیایی باشد ولی خورنده نباشد. شوینده اسیدی یا قلیایی که خاصیت خوردگی دارد (مانند آب ژاول) سبب آسیب به

سطوح پله برقی شده که همین موضوع سبب مساعد شدن پله برقی جهت تجمع آلودگی‌های بیشتر می‌شود.

منعطف بودن شوینده

دو فاکتور در منعطف بودن شوینده مؤثر است که در صورت رعایت سبب می‌شود که نظافت پله برقی محدود به دستگاه خاصی نباشد. اول کنسانتره بودن شوینده که سبب می‌شود متناسب با حجم آلودگی، امکان انتخاب غلظت شوینده توسط اپراتور فراهم باشد. دوم آنکه شوینده این امکان را داشته باشد که به هر دو صورت دستی و همچنین با مکانیزم نظافت صنعتی مؤثر باشد.

مکانیزم دستگاه تمیزکننده پله برقی

هر نوع ماشین تمیزکننده باید دارای یک سیستم مکنده قدرتمند باشد که بتواند گردوغبار، کثیفی و آلودگی را به راحتی جمع‌آوری کند.

برخی از ماشین‌ها به گونه‌ای طراحی شده‌اند که تنها با حرکت پله برقی بدون تکان دادن برس‌ها، کثیفی را از بین می‌برند. این ماشین‌ها پس از قرار گرفتن در جای خود، بدون کمک اضافی تمیز می‌شوند. این دستگاه بسته به عرض هر پله برقی به برس‌هایی با عرض سری متفاوت نیاز دارند.

اگرچه برای تمیزکردن دستگاه به کمک کمی نیاز است، اما این روش می‌تواند زمان زیادی طول بکشد تا همه کثیفی‌ها را پاک کند، زیرا برس‌ها ثابت هستند و برای کمک به تمیزکردن به خودی خود تکان نمی‌خورند.

یکی از دستگاه‌هایی که برای از بین بردن کثیفی‌ها حتی بهتر عمل می‌کند مجهز به برس‌های استوانه‌ای متحرک است. برس‌های متحرکی که در یک جهت می‌چرخند، امکان آزادکردن بهتر کثیفی‌ها را فراهم کرده و کمک می‌کنند تا حد امکان کثیفی از بین برود.

پله برقی باید روشن بوده و جهت حرکتش، به سمت



دور شدن از دستگاه تمیزکننده باشد. برای شروع، بدنه دستگاه تمیزکننده باید به طور محکم روی سطح زیرین غیرمتحرک پله برقی قرار گیرد.

در حالی که پایه دستگاه ثابت است، برس‌ها اجازه حرکت در طول مسیر را دارند. عرض پله برقی‌های چندگانه با این نوع دستگاه راحت‌تر مورد توجه قرار می‌گیرد، زیرا می‌توان آن را برای تمیزکردن پله برقی‌های باریک تا عرض استفاده کرد. این نوع دستگاه نیز نیاز به کمک نیروی انسانی ندارد، اما مانند هر وسیله نظافتی، همیشه بهتر است یک کارگر نظافتچی در منطقه حضور داشته باشد.

تکنیک‌های نظافت اصولی

هنگامی که دستگاه تمیزکننده را انتخاب کردید، باید میزان کثیفی‌بودن پله برقی را ارزیابی کنید. اگر هرگز پله برقی تمیز نشده است یا کثیفی زیادی دارد، نظافت پله برقی حدود چهار ساعت یا بیشتر طول خواهد کشید. برای نظافت ماهانه یا هفتگی، تنها حدود یک ساعت تا یک ساعت و نیم زمان می‌برد تا پله برقی توسط دستگاه تمیزکننده، نظافت شود.

ماشین‌های دارای برس استاتیک، اغلب به مدت چهار تا هشت ساعت برای تمیزکردن در جای خود باقی بمانند. برای حذف ساده یک لک کوچک، یک محلول با رطوبت پایین می‌تواند مستقیماً بر روی لک اسپری شود؛ اما همان‌طور که قبلاً ذکر شد، پله برقی را خیس نکنید.

دو نوع برس وجود دارد که بیشتر در تمیزکردن پله برقی استفاده می‌شود: برس نایلونی که برای تمیزکردن معمول روزانه استفاده می‌شود و برس تینکس که خشن‌تر است. قلم موی تینکس از نایلون پوشیده شده با کربن‌دوم ساخته شده است. این برس‌ها فقط برای تمیزکردن عمیق گاهی سنگین هستند، زیرا استفاده بیش از حد از آن‌ها می‌تواند به پله برقی آسیب برزند. □

cmmonline.com





اهمیت تمیز نگه داشتن سرویس‌های بهداشتی در مراکز تجاری

گیل آیرسون (مدیر فروش برند «رابرت اسکات») توضیح می‌دهد که پاکیزگی و تمیز نگه‌داشتن سرویس بهداشتی، بخش مهمی از نظافت تجاری و مدیریت تأسیسات است. مناطق پرتردد مانند سرویس‌های بهداشتی، با تعداد زیادی نقاط تماس مکرر، مناطقی که دسترسی به آن‌ها سخت است و ردپاهای زیاد، حامل‌های طبیعی میکروب‌ها و باکتری‌ها هستند.

برای مراقبت و محافظت از مشتری در یک مجتمع تجاری، بسیار مهم است که سرویس‌های بهداشتی به طور منظم در ساعات کاری بررسی، تمیز و ضدعفونی شوند تا سطح نظافت و بهداشت حفظ شود.

سرویس‌های بهداشتی به طور کلی نیاز به تمیز کردن کامل یک بار در روز دارند، به‌علاوه بررسی‌های نقطه‌ای منظم در طول روز برای اطمینان از تمیز و شفاف بودن سطوح و ظاهر و بوی تازه، لازم و ضروری است.

■ بهترین رویکرد

با توجه به ماهیت استفاده، امکانات سرویس بهداشتی به طور طبیعی نیاز به تمیز کردن قابل توجهی دارند. مهم است که سعی کنیم خطر آلودگی متقابل بین دستشویی‌ها و فضاهای دیگر را به حداقل برسانیم، بنابراین فرآیندهای تمیز کردن باید امکان استفاده از کیت جداگانه را در این فضاها فراهم کند. اقلام کدگذاری ده رنگی -مانند سطل‌ها و دسته تی‌ها- می‌توانند یک شاخص بصری

ارزشمند برای کمک به اطمینان از عدم انحراف از فضای تعیین شده خود باشند. برای جلوگیری مؤثر از انتشار میکروب‌ها، سرویس‌های بهداشتی باید از بالا به پایین و از عقب به جلو تمیز شوند؛ یعنی از سقف (شامل دریچه‌ها و منافذ هوا) در دورترین گوشه از در شروع کنید و به سمت پایین و بیرون بروید. این کار به جلوگیری از آلودگی مجدد سطوح در حین کار کمک می‌کند.

تمیز کردن خوب نیاز به یک فرآیند دو مرحله‌ای دارد: ابتدا تمیز کردن ناحیه کثیف و سپس یک برنامه دوم برای ضدعفونی کردن سطح.

■ حفظ طراوت هوا

تضمین تأمین هوای تمیز و تازه به حفظ سرویس‌های بهداشتی کمک می‌کند. خوشبوکننده‌های هوا فقط بوها را پوشانده و حس تازگی را به وجود می‌آورند، اما پیشرفت‌های جدید در مراقبت از هوا امکان آلودگی‌زدایی هوا در هر اتاق را فراهم می‌کند.

مجموعه BSG AirCare روش‌هایی بدون مواد شیمیایی برای بهبود کیفیت هوا، حذف بوها و میکروب‌ها و همچنین ضدعفونی کردن هوا و سطوح ارائه می‌دهد. این روش‌ها به طور مؤثر میکروب‌ها و بوها را بدون مواد شیمیایی و با استفاده از فناوری نور UVC از بین می‌برند. آنها به طور همزمان ضدعفونی‌کننده فوتوپلاسمایی مبتنی بر اوزون تولید می‌کنند تا کیفیت کلی هوا را بهبود بخشند و مواد آلی را هم در سطوح و هم در هوا، کاهش دهند. مجموعه AirCare به طور خاص برای سرویس‌های بهداشتی طراحی شده است، اما می‌تواند در هر مکانی

استفاده شود و در مشخصات مختلف برای پوشش فضاهایی با هر اندازه موجود است. گزینه دیگر برای نظافت مشاغلی که به دنبال راه‌های مدرن برای اطمینان از پاکیزگی هوا هستند، PowerZone است. این سیستم کنترل بو و میکروب سازگار با محیط زیست از نور UVC نیز استفاده می‌کند، اما تفاوت این سیستم با AirCare این است که PowerZone قابل حمل است و بنابراین می‌توان آن را در یک سایت جابه‌جا کرد.

■ استفاده مسئولانه از محصولات پاک‌کننده

برای بسیاری از مشاغل نظافتی، خواسته‌های ESG (زیست‌محیطی، اجتماعی و مدیریتی) تصمیمات منبع‌یابی و اجرای محصول را شکل می‌دهد. تعداد زیادی از شرکت‌های نظافتی بریتانیا از اهمیت ESG می‌گویند. از هر پنج کسب‌وکار مورد نظر رابرت اسکات، چهار کسب‌وکار از اهمیت‌پذیری برای شغلشان گفتند و ۳۴ درصد گفتند که این بزرگترین روند تمیز کردن سال است. با توجه به اینکه ۷۸ درصد از مشاغل نظافتی‌پذیری را برای مشتریان در سال ۲۰۲۳ بسیار مهم‌تر ارزیابی کرده‌اند، در مقایسه با ۵۱ درصد که در سال ۲۰۲۲ همین موضوع را

اعلام کردند، اهمیت رو به رشد این روند واضح است. انتخاب راه‌حل‌های پاک‌کننده سازگار با محیط‌زیست یک راه طبیعی برای حمایت از جاه‌طلبی‌های ESG یک کسب‌وکار بوده است. ثابت شده که این محلول طبیعی که به طور قابل توجهی پایدارتر از روش‌های تمیز کردن سنتی است، باعث کاهش ۷۰ درصدی میکروارگانیسم‌های موجود در هوا می‌شود و می‌تواند ویروس‌هایی از جمله آنفلوانزا، E. coli، لیستریا و سالمونلا و همچنین باکتری‌ها، کپک‌ها و سایر آلودگی‌های میکروبی را از بین ببرد.

پس از همه‌گیری، انتظارات عمومی برای ایمن و بهداشتی بودن دستشویی‌ها به طور قابل درک افزایش یافته است. در همین حال، تلاش برای بهبود پایداری در تمام زمینه‌های زندگی (و به طور خاص در تجارت) در کانون توجه قرار گرفته است.

از آنجایی که آینده سرویس‌های بهداشتی هوشمندتر و با فناوری پیشرفته‌تر به نظر می‌رسد، فرصتی برای کسب‌وکارها برای بهبود اثربخشی تمیز کردن و کاهش انتشار میکروب‌ها، در حالی که اعتبار سبز به دست می‌آورند؛ به یک امکان بسیار بیشتر تبدیل می‌شود. □

www.robert-scott.co.uk

اسکرابر سرنشین دار ARA80BM100

مشخصه خاص این اسکرابر سرنشین دار مستحکم، عملکرد آسان و جزئیات قابل اعتماد آن است. ظرفیت بالای باتری آن باعث می شود تا ۴ ساعت کارکرد مداوم داشته باشد. ابعاد منسجم و شعاع چرخش کوچک، استفاده بهینه را حتی در محدودترین فضاها و جابجایی بدون مشکل در همه آسانسورهای معمولی تضمین می کند. با عرض شستشوی ۸۰ سانتی متر، این اسکرابر سرنشین دار برای استفاده در فضاهای بزرگ ایده آل است. همچنین نسخه noBAC® برای استفاده در مکانهایی با الزامات بهداشتی خاص قابل استفاده است.



ویژگی های متمایز دستگاه

● مجهز به ۴ باتری تولید کمپانی Sonnenschein آلمان

این باتری ها در مقایسه با باتری های آب-اسیدی طول عمر بالاتری داشته و بی نیاز به سرویس و نگهداری هستند. هر یک از باتری های ژل به کار رفته در اسکرابر سرنشین دار ARA80BM100 دارای ظرفیت ۲۴۰ آمپر ساعت بوده و با هر بار شارژ کامل امکان ۴ ساعت کار مداوم و پیوسته را برای کاربر فراهم می کنند.

● استفاده از سیستم های مکانیکی مقاوم و صنعتی به جای سیستم های الکترونیکی پیچیده

به این ترتیب هزینه تعمیر و نگهداری و همچنین میزان و زمان خرابی دستگاه اسکرابر به حداقل کاهش می یابد. به همین منظور برای روشن و خاموش کردن دستگاه یا تنظیم حرکات رو به جلو و عقب آن کلیدهای کاربردی ساده در نظر گرفته شده و تنظیم برس و تی نیز به صورت مکانیکی صورت می گیرد.

● قدرت مانور بالا

سیستم دیفرانسیل عقب این دستگاه موجب سهولت حرکت دستگاه می شود؛ همچنین این اسکرابر صنعتی دارای شعاع چرخش تنها ۱/۹ متری بوده و به علت دارا

بودن قابلیت مانور بالا به راحتی در فضاهای باریک و تنگ همانند راهروها قابل استفاده است.

● مجهز به موتور جلوبرنده قدرتمند ۷۵۰ وات

موتور جلوبرنده بر روی چرخ های عقب دستگاه قرار گرفته است و ضمن تضمین قدرت کافی دستگاه برای بالا رفتن از سطوح شیب دار، از لغزش و سر خوردن دستگاه بر روی سطوح جلوگیری می کند.

● کسب استاندارد CE اروپا و گواهی بهداشتی HACCP

بر اساس این استاندارد، تمامی بخش های دستگاه به طور کامل در دسترس بوده و می توان آن را به خوبی مورد شست و شو قرار داد که همین امر از توزیع مجدد آلودگی ها بر روی سطح جلوگیری می کند.

● دارای استاندارد DEKRA

بر اساس این استاندارد، دستگاه تمامی مجوزهای لازم جهت ارائه و عرضه به مشتری را داشته و عبارتی دیگر داشتن این استانداردهای به روز ایمنی و کیفی، مبین تأیید همه جانبه دستگاه مذکور از نظر کارائی خواهد بود.

● برخورداری از شاسی تی فولادی و ضربه گیر

موجب افزایش قدرت کارکرد و کاهش صدمات احتمالی به

دستگاه می شود. علاوه بر این، تی فولادی به علت داشتن وزن بالاتر در افزایش قدرت جمع آوری آب و کیفیت خشک کردن بسیار مؤثر است.

● تی های جانبی

دستگاه سرنشین دار علاوه بر تیغه لاستیکی هلالی شکل تعبیه شده در انتهای دستگاه، دارای دو تی لاستیکی در کناره های دو برس است. این تی های لاستیکی به جمع آوری هرچه بهتر آب و آلودگی کمک می کنند و اجازه نمی دهند آب اضافه به اطراف پاشش شود.

● کاربرد ایمن و راحت

این دستگاه به شکل کاملاً کاربرپسند طراحی شده است. صندلی این اسکرابر به صورت کاملاً ارگونومیک بوده و دستگاه دارای فرمان کاملاً نرم است. این ویژگی ها سبب می شود که کاربر حتی پس از مدت زمان طولانی کار کردن با دستگاه به هیچ عنوان احساس خستگی نکند. همچنین کاربر هنگام هدایت دستگاه به محیط اطراف دید کامل خواهد داشت که این مسئله سبب ارتقا سطح ایمنی کار با دستگاه می شود.

● دمش هوای گرم از پشت تی

هوای و کیوم شده در سیستم به حالت دمش از دستگاه خارج شده و در واقع منجر به خشک شدن سطوح می شود. □

■ مشخصات متمایز:

- دارای مخزن آب تمیز ۱۰۰ لیتری و آب کثیف ۱۱۵ لیتری
- طراحی مکانیکال، سخت کار و صنعتی (فاقد برد الکترونیکی و کاهش هزینه های استهلاک و...)
- دارای شعاع چرخش ۱/۹ متری
- دمش هوای گرم از پشت تی
- مجهز به Traction motor و گیربکس روی محور عقب (و در نتیجه سهولت حرکت در فضای شیب دار)
- کسب استاندارد CE اروپا و گواهی بهداشتی HACCP (در دسترس بودن تمامی بخش های دستگاه، سهولت در شست و شو و در نتیجه ممانعت از توزیع مجدد آلودگی بر روی سطح)
- بدنه دوجداره از جنس پلی اورتان فشرده و کاربری آسان
- دارای شاسی تی فولادی به منظور افزایش توان خشک کنندگی به دلیل وزن بالا در انواع سطوح
- مجهز به محافظ های ضربه گیر در دور تا دور دستگاه به صورت گارد فلزی و ضربه گیر های پلاستیکی
- دارای استاندارد DEKRA
- طراحی نظام مند برس ها و در نتیجه دسترسی به گوشه ها و کناره ها جهت نظافت راحت و آسان برای کاربر
- قابلیت جداسازی برس و تی دستگاه به صورت اتوماتیک





سوپیپر دیزلی MACRO M60 PLUS

سوپیپر M60 plus پیشرفته‌ترین و کارآمدترین سوپیپر مکانیکی مکشی در بازار است. استفاده از سیستم مکانیکی مکشی قابلیت جمع‌آوری آلودگی‌های سنگین، از قبیل سنگ و سایر اقلام مشابه را برای دستگاه فراهم می‌کند. حجم مخزن زباله ۶ متر مکعبی و ظرفیت ۶۰۰۰ کیلوگرمی آن و همچنین ظرفیت مخزن آب ۶۲۰ لیتری دستگاه، پارامترهای بی‌نظیری هستند که به این سوپیپر فوق العاده اجازه می‌دهد در شرایط سخت گرد و غبار و محیط‌های سخت شهری و صنعتی کار کند. سطح فیلتر بسیار بزرگ ۲۵ مترمربعی، باعث می‌شود این دستگاه حتی در پُرگرد و غبارترین شرایط نیز نوظافتی ایده‌آل (بدون گرد و غبار خروجی) را انجام دهد. در کنار استفاده از تکنولوژی‌های شناخته شده در طراحی و تولید این دستگاه، استفاده از تکنولوژی (CB) CanBus (سیستم کنترل یکپارچه عملگرها) باعث عملکرد بی‌نظیر سوپیپر M60 plus شده است.

■ استفاده از جدیدترین فیلترها

کیفیت هوا دیگر فقط موضوع بحث دانشگاهی نیست، بلکه واقعیتی است که هم مدیران شهری و هم مدیران ایمنی کارخانه‌های صنعتی هر روز با آن دست و پنجه نرم می‌کنند. ماشین‌های نظافتی نقشی اساسی در مبارزه با آلودگی دارند، زیرا باید سطوح را از گرد و غبار مضر پاک کنند. در این زمینه، MACRO M60 می‌تواند با استفاده از فیلترهای معروف TETRATEX® EXTREME وارد میدان شود. به کمک پیشرفته‌ترین تکنولوژی موجود در این زمینه، این فیلترها علاوه بر قدرت فیلتر استثنایی، امکان عبور بسیار بیشتر هوا را نسبت به فیلترهای استاندارد فراهم می‌کند. بنابراین،

علاوه بر حفظ گرد و غبار بسیار ریز (تا PM1) بهره‌وری سوپیپر را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهند.

■ کابین راننده

کابین M60 دارای پیشرفته‌ترین طراحی برای آرامش کاربر است. راحت و جادار و به صورت کامل جدا شده از دمای خارج، سر و صدا، لرزه و گرد و غبار. طراحی پیشرفته کابین، آسایش بیشتری را برای کاربر در شیفت‌های کاری طولانی به ارمغان می‌آورد. علاوه بر موارد عنوان شده، جنبه مهم دیگری که وجود دارد کنترلگرها هستند: باثبات و قابل دسترس. کنترلگرها به کاربر اجازه می‌دهند تا با چند حرکت ساده حداکثر

استفاده از عملکرد نظافت عالی M60 را داشته باشد؛ بدون کم شدن توجه راننده از رانندگی.

■ سیستم عیب‌یابی

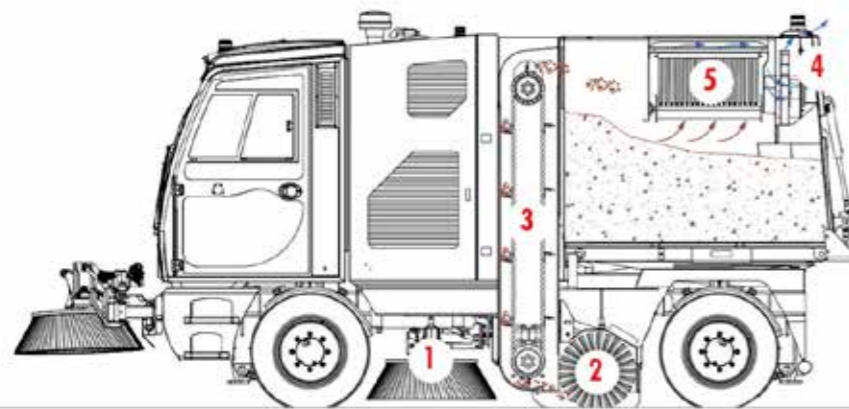
بدون شک وسایل الکترونیکی از بسیاری جهات زندگی ما را آسان کرده‌اند و MACRO M60 نیز از این قاعده مستثنی نیست. سیستم عیب‌یابی روی برد دستگاه تضمین می‌کند که هر گونه ایراد، حتی مواردی که برای اپراتور قابل درک نیست، به سرعت گزارش شود. با استفاده از سیستم کدگذاری، کفایت کدی را که روی صفحه نمایشگر ظاهر می‌شود به مرکز سرویس اطلاع دهید تا تکنسین‌ها مشکل شما را برطرف نمایند.

■ موتور قدرتمند

استفاده از موتور ۱۰۵ کیلوواتی Stage V شرکت Volvo علاوه بر کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای، امکان حرکت با سرعت ۴۲ کیلومتر در ساعت را برای این دستگاه فراهم آورده و همچنین قدرت بالای این موتور باعث می‌شود دستگاه بتواند حتی در صورت پُر بودن مخزن بر روی شیب ۲۰ درصدی نیز به حرکت خود ادامه دهد. این سوپیپر با دارا بودن قابلیت فرمان ۴ چرخ، می‌تواند با شعاع ۳۵۴ سانتیمتر عمل دور زدن را انجام دهد. پهنای نظافت این سوپیپر در حالت‌های مختلف و با توجه به اینکه در حین نظافت از چه بُرس‌هایی استفاده شود، متفاوت است. در این دستگاه پهنای نظافت با بُرس میانی ۱۳۰ سانتیمتر، بُرس میانی به همراه برس سمت راست ۲۱۰ سانتیمتر، و بُرس میانی به همراه هر دو بُرس کناری ۲۸۰ سانتیمتر مجموع ۳۷۰ سانتیمتر است.

■ نظافت در حالت خشک (بدون اسپری آب)

از جمله امکانات این دستگاه می‌توان به استفاده از بُرس



■ عملکرد سیستم مکانیکی مکشی

زباله توسط عمل مکانیکی بُرس‌های جانبی (۱) و مرکزی (۲) و نوار نقاله عمودی (۳) جمع‌آوری می‌شود. مکش (۴) فقط برای هدایت گردوغبار معلق در مخزن زباله به سمت فیلتر صورت می‌گیرد. فیلتر با سطح زیاد (۵) باعث جذب حداکثری ذرات و جلوگیری از خروج آنها و برگشت به محیط می‌شود.

میانی بدون استفاده از بُرس‌های کناری اشاره کرد. در این حالت بُرس‌های کناری در حالت استراحت قرار می‌گیرند و بُرس میانی به تنهایی آلودگی‌ها را جمع کرده و به داخل الواتور هدایت می‌کند.

سیس الواتور، آلودگی را به داخل مخزن منتقل کرده و پس از آن فیلتر موجود، جلوی خروج گردوغبار معلق در مخزن را می‌گیرد.



جدول مشخصات سویپر Macro M60 Plus

Volvo Stage V	موتور
قدرت ۱۰۵ کیلووات / ۱۴۳ اسب بخار	قدرت
حجم موتور / تعداد سیلندر ۵۱۳۰ سانتیمتر مکعب / ۴	حجم موتور / تعداد سیلندر
سوخت دیزل	سوخت
سیستم خنک کننده آب	سیستم خنک کننده
حد اکثر سرعت ۴۲ کیلومتر در ساعت	حد اکثر سرعت
شیب قابل حرکت (با مخزن پر) ۲۰ درصد	شیب قابل حرکت (با مخزن پر)
فرمان هیدرولیک	فرمان
شعاع چرخش ۳۵۴ سانتیمتر	شعاع چرخش
کنترل فرمان ۴ چرخ	کنترل فرمان
سیستم نظافت مکشی، مکانیکی، فیلترینگ	سیستم نظافت
با برس مرکزی ۱۳۰ سانتیمتر	با برس مرکزی
با برس سمت راست ۲۱۰ سانتیمتر	با برس سمت راست
با برس سمت راست و چپ ۲۸۰ سانتیمتر	با برس سمت راست و چپ
با برس سوم جلو ۳۷۰ سانتیمتر	با برس سوم جلو
کار آبی تئوری با برس مرکزی ۲۷۳۰۰ متر مربع در ساعت	کار آبی تئوری با برس مرکزی
کار آبی تئوری با برس سمت راست ۴۴۱۰۰ متر مربع در ساعت	کار آبی تئوری با برس سمت راست
کار آبی تئوری با برس سمت راست و چپ ۵۸۸۰۰ متر مربع در ساعت	کار آبی تئوری با برس سمت راست و چپ
کار آبی تئوری با برس سوم جلو ۷۷۷۰۰ متر مربع در ساعت	کار آبی تئوری با برس سوم جلو
مساحت فیلتر غبار ۲۵ متر مربع	مساحت فیلتر غبار
تکاننده فیلتر هیدرولیک	تکاننده فیلتر
شیلنگ برگ جمع کن (اختیاری) طول ۶ متر - قطر ۱۴ سانتیمتر	شیلنگ برگ جمع کن (اختیاری)
ظرفیت مخزن زباله ۶/۲ متر مکعب	ظرفیت مخزن زباله
ارتفاع تخلیه مخزن زباله ۱۱۰ سانتیمتر (قابل سفارش تا ۲۵۰)	ارتفاع تخلیه مخزن زباله
ظرفیت مخزن آب ۶۲۰ لیتر	ظرفیت مخزن آب
وزن با مخزن خالی ۷۴۹۰ کیلوگرم	وزن با مخزن خالی
وزن با مخزن پر ۱۳۵۵۰ کیلوگرم	وزن با مخزن پر
ظرفیت مخزن ۶۰۶۰ کیلوگرم	ظرفیت مخزن
طول ۵۵۱ سانتیمتر	طول
عرض ۱۵۲ سانتیمتر	عرض
ارتفاع ۲۸۲ سانتیمتر	ارتفاع

- ۸ - مکانیزم چرخش چهارچرخ در دو محور به صورت همزمان با زاویه تمام‌قرینه به منظور ایجاد بیشترین قدرت مانور و کاهش شعاع دور دستگاه تا ۳/۵ متر مربع
- ۹ - امکان تجهیز به چهار برس به منظور پوشش دهی کامل نظافت تا پهنای ۳/۷ متر مکعب شامل دو عدد برس دیسکی جانبی، یک عدد برس رولی و یک عدد برس دیسکی جلوی کابین
- ۱۰ - سیستم تعلیق دوگانه برس میانی به منظور انطباق بیشتر بر روی زمین و جمع‌آوری یکپارچه آلودگی محیطی
- ۱۱ - دارای مکانیزم کنترل مصرف آب و برس که موجب توقف مکانیزم‌های دستگاه در حالت‌های بدون حرکت یا حرکت رو به عقب می‌شود
- ۱۲ - مجهز به مکانیزم کنترل غبار اختصاصی بر روی برس‌های دیسکی به منظور کاهش میزان آلاینده‌گی
- ۱۳ - دارای الواتور عمودی با دهنه ۱,۴ متر به منظور برداشت انواع آلودگی‌ها
- ۱۴ - دارای فیلترهای خاک از رده سخت‌کار با پوشش تفلونی آنتی استاتیک جهت جلوگیری از انتشار گردوغبار
- ۱۵ - امکان دو برابر کردن سطح فیلتر
- ۱۶ - مجهز به توربین مکش با مکانیزم توربو به منظور ایجاد بیشینه حجم هوای مکش و کارکرد در محیط‌های پر غبار
- ۱۷ - دارای مکانیزم نظافت فیلتر اتوماتیک به منظور افزایش قدرت مکش ذرات با دانه بندی ریز
- ۱۸ - امکان تجهیز به خرطومی مکش زباله به طول ۶ متر و قطر ۱۴۰ میلی‌متر به منظور جمع‌آوری آلودگی‌های جانبی
- ۱۹ - مجهز به مخزن زباله و مخزن آب استیل
- ۲۰ - امکان تجهیز به سیستم مرکزی پاشش آب فشار قوی با فشار ۲۰۰ بار
- ۲۱ - سیستم گریس‌کاری اتوماتیک

ویژگی‌های دستگاه M60 Plus

- ۱ - دارای موتور رده صحرایی صنعتی به منظور امکان فعالیت در شرایط کاری سخت
- ۲ - امکان تجهیز به دو صندلی و دو سیستم هدایت (دو فرمان) به منظور ایجاد دید کامل کاربر و کاهش میزان آسیب‌های ناشی از نقاط کور دید کاربر
- ۳ - دارای سیستم تعلیق همگون به کمک سامانه نیتروژن
- ۴ - دارای مکانیزم ارتفاع‌دهی دستگاه از سطح چرخ‌ها در حال حرکت
- ۵ - مجهز به سیستم‌های دیاگ به صورت یکپارچه به منظور امکان عیب‌یابی در بخش‌های موتور و هیدرولیک
- ۶ - دارای دو رادیاتور با چیدمان محفوظ از خاک به منظور استفاده و کارکرد مداوم
- ۷ - دارای مکانیزم کنترل سرعت یکنواخت (کروز) به منظور اجرای عملیات نظافت به صورت یکپارچه در سطح محیط

M60 PLUS





گفت‌وگوی اختصاصی با مهندس محمدحسین مقدم،
مدیرعامل شرکت «سپهرسپید ایرانیان»

تغییر و تحولات نظافت در دوران کرونا نتیجه مثبتی داشت

عکس‌ها: سیاوش ساقی



مهندس محمدحسین مقدم، مدیرعامل شرکت «سپهرسپید ایرانیان» که در زمینه تأمین نیروی پرسنل خدماتی فعالیت می‌کند، در حال حاضر دانشجوی مقطع لیسانس رشته شهرسازی است. با او پیرامون خدمات نظافت نمای ساختمان، خطرات کار در ارتفاع و همچنین استفاده از تجهیزات به‌روز و مکانیزه نظافت صنعتی گپ‌وگفتی داشتیم که در ادامه با هم می‌خوانیم.

احمد شاهوند

ویجکلین جناب مهندس کمی از خودتان، تحصیلات و سوابق کاری‌تان بفرمایید

محمدحسین مقدم هستم، مدیرعامل شرکت سپهر سپید ایرانیان و دانشجوی لیسانس رشته شهرسازی. شرکت «سپهرسپید ایرانیان» از سال ۱۳۸۴ در زمینه تأمین نیروی پرسنل خدماتی راه‌اندازی شد و از سال ۱۳۸۶ به صورت حرفه‌ای درخصوص تأمین نیروی پرسنل با مجتمع‌های مسکونی و اداری - تجاری همکاری خود را آغاز کرد و تا به امروز در بیش از ۵۰ پروژه مسکونی و اداری - تجاری بزرگ تهران و برخی شهرستان‌ها مشغول به فعالیت است.

ویجکلین چه شد که تصمیم گرفتید در حوزه خدمات ساختمان فعالیت کنید؟

به‌صورت کاملاً اتفاقی. بدون هیچ پیش‌بینی قبلی و بدون برنامه‌ریزی ما برای یک کار اقتصادی مشغول تأمین فضایی بودیم. زمانی که طراحی دکوراسیون این فضا به پایان رسید، با یک شرکت خدماتی برای نظافت این پروژه تماس گرفتیم. بعد از آن به ذهن من خطور کرد که این حوزه (خدمات نظافتی) نیاز به بهبود دارد و بستر فعالیت در آن هم فراهم است. ما سال ۱۳۸۴ در این حوزه وارد شدیم و سپس شرایط را به نحوی تغییر دادیم و رسیدیم به امروز که به‌صورت تخصصی با مراکز اداری،

تجاری و مسکونی بزرگ فعالیت می‌کنیم.

ویجکلین در دوران کرونا کسب‌وکار شما با چه چالشی مواجه شد و راهکارتان برای برون‌رفت از این چالش چه بود؟

طبیعتاً در دوران کرونا شغل ما دستخوش تغییر بود و البته در مجموع به نفع ما تمام شد. از این حیث که ما هم در حوزه نظافت باید مبارزه می‌کردیم و به نوعی در بحث اجرا می‌بایست روند را به شکلی تغییر می‌دادیم که بتوانیم با این بیماری مقابله کنیم. به همین دلیل تغییر و تحولاتی ایجاد کردیم و نتیجه مثبتی داشت. بعد از کرونا هم مجبور بودیم تغییرات را حذف کنیم و به روال عادی برگردیم.

در واقع پس از شیوع بیماری کرونا مردم بیشتر از قبل به نظافت حساسیت نشان می‌دهند. با توجه به اینکه در ابتدای همه‌گیری شایع شده بود که امکان دارد کووید-۱۹ از طریق سطوح و وسایل هم منتقل شود، سختی کار ما دوچندان شد و می‌بایست با دقت بیشتری نظافت سطوح را انجام می‌دادیم. از طرفی هم این بیماری در بین پرسنل خودمان هم می‌توانست اتفاق بیفتد و ما برای جلوگیری و کنترل این مسائل هم مجبور بودیم یک‌سری محدودیت‌ها اعمال کنیم که حتی رفت و آمد و مرخصی‌های نیروی‌هایمان را تحت‌الشعاع قرار می‌داد. ما سعی کردیم با استفاده از مواد شوینده‌های موجود و مواد

شرکت‌های خدماتی به‌خصوص شرکت «سپهرسپید ایرانیان» به‌صورت ساختارمند و نظام‌مند در این زمینه فعالیت می‌کند. ما از زمان جذب نیرو با دقت بسیار بالایی این کار را انجام می‌دهیم. به این شکل که به‌صورت مویرگی با شرکت‌های کارپایی در ارتباط هستیم. بزرگ‌ترین وجه تمایز ما با دیگر شرکت‌ها، بحث آموزش پرسنل است.

مدیران پروژه‌ها به دلیل مشغله زیاد و دغدغه‌های متفاوتی که دارند، نمی‌توانند آن را به صورت تخصصی انجام دهند. اما وقتی کار، برون‌سپاری شده و به پیمانکار واگذار می‌شود، پیمانکار هم اگر در این زمینه با تجربه باشد، راجع به آموزش نیروها متمرکز می‌شود. واقعیت این است که از دید ما «نیروی خوب» یا «نیروی بد» وجود ندارد. از دید ما «نیروی آموزش‌پذیر» و «نیروی آموزش‌ناپذیر» وجود دارد. ما سعی می‌کنیم نیروهای آموزش‌پذیر را به کار بگیریم و در این زمینه هم توانستیم موفق باشیم.

وقتی نزدیک به ۱۶ سال با یک پروژه قرارداد داشته باشیم و طی این مدت از پرسنلی استفاده کرده باشیم که همواره با نظارت ما تحت آموزش بوده‌اند و سعی کرده‌ایم مشکلاتشان را برطرف کنیم و نقاط قوتشان را ارتقاء دهیم؛ این امر، وجه تمایز ما نسبت به نحوه‌ی استخدام نیرو توسط خود آن پروژه‌ها می‌شود.

نیروهای تحت استخدام ما به لحاظ اخلاق و رفتار، چگونگی استفاده از ماشین‌آلات و تجهیزات و مواد شوینده، آداب اجتماعی و موارد دیگر آموزش می‌بینند و ما تمامی این موارد را به دقت زیرنظر خواهیم داشت.

فرآیند آموزش بسیار مهم و تأثیرگذار است و همان‌طور که گفتیم وجه تمایز ما فقط بحث آموزش است و گرنه نیرویی که در شرکت ما استخدام می‌شود با نیرویی که به صورت مستقیم در پروژه به کار گرفته می‌شود، می‌تواند مشترک یا ثابت باشد.

ویجکلین با توجه به رشد و پیشرفت عجیب و غریب تکنولوژی، در شرکت شما چقدر از تجهیزات به‌روز نظافتی استفاده می‌شود؟

خیلی طبیعی است. ما می‌بایست با توجه به پیشرفت، خودمان را آپدیت کرده و تغییرات را لحاظ کنیم. ما با به‌روزترین ماشین‌آلات و تجهیزات نظافتی کار می‌کنیم. با بهترین برند ایران که در این زمینه فعالیت می‌کند همکاری بسیار نزدیکی داریم و زیرنظر آن شرکت سعی می‌کنیم آموزش ببینیم و به نیروهایمان انتقال دهیم.

ویجکلین پاکسازی دوره‌ای نمای ساختمان باید به‌طور استاندارد هر چند وقت یکبار انجام شود؟ پیشنهاد شما برای پاک‌سازی هر چه بهتر نمای ساختمان چیست؟

این استاندارد می‌تواند تابع متغیرهای متفاوتی باشد. مثل شکل سازه، محل و نوع نما و از همه مهم‌تر نوع آلودگی.

در بحث انجام این کار، تصمیم‌گیری، مهم‌ترین موضوع سیاست‌های مدیران است ولی به‌صورت روال و روتین، حداقل پایان هر فصل نمای ساختمان باید نظافت شود. این حداقل روندی است که می‌تواند به زیبایی نمای ساختمان کمک کند.

ویجکلین از روش‌های دسترسی به ارتفاع برای بگوییید و اینکه در حال حاضر از چه روشی برای این کار استفاده می‌کنید؟

دسترسی به ارتفاع روش‌های مختلفی دارد. داربست شاید سنتی‌ترین و قدیمی‌ترین روش است که البته هنوز هم به صورت خیلی محدود استفاده می‌شود. علتش این است که معایب زیادی دارد. داربست، نمای ساختمان را زشت می‌کند. برای تردد ساکنان ساختمان ایجاد مزاحمت کرده و از همه مهم‌تر در مدت زمانی که داربست روی نمای ساختمان نصب است، راه دسترسی به ساختمان را برای سارقان فراهم می‌کند. طناب شاید روش نوینی است که از ورزش صخره‌نوردی





۵۵ سوال از مهندس محمدحسین مقدم؛ مدیرعامل شرکت «سپهر سپید ایرانیان»

آینده صنعت نظافت در ایران بسیار روشن و درخشان خواهد بود

از این پس قرار است با الهام از ماهنامه Tomorrow's Cleaning، در هر شماره از یک متخصص صنعت نظافت ۱۰ سؤال جالب بپرسیم. در این شماره محمدحسین مقدم؛ مدیرعامل شرکت «سپهر سپید ایرانیان» مهمان ما بود که پاسخ‌های او را می‌خوانیم.

را تغییر بدهم، این اشتباهم در گذشته بوده است.

۹- اگر به دوران جوانی برگردید، آیا باز هم این حوزه را به‌عنوان شغل اصلی انتخاب می‌کنید؟

بله قطعاً. دلیلش هم این است؛ برخلاف نظر قاطبه مردم که کار با نیروی انسانی را بسیار سخت می‌دانند، برای من بسیار شیرین است، چون لذت می‌برم و خاطرات تلخ و شیرین زیادی داشتم که البته شیرینی آن برام بیشتر بوده است. ترجیح می‌دهم مجدد همین مسیر را طی کنم.

۱۰- تلخ‌ترین و شیرین‌ترین خاطره در کارتان چه بوده؟

تلخ‌ترین خاطره، متأسفانه حادثه‌ای بود که برای یکی از پرسنل در سال ۱۳۹۰ اتفاق افتاد و منجر به فوت ایشان شد و فکر می‌کنم تا آخر عمر هم این موضوع برای من تلخ‌ترین خاطره زندگی‌ام باشد.

به واسطه ارتباطم با پرسنل، خاطره شیرین زیاد دارم. نمی‌توانم مثال بزنم بس که زیاد هستند. ولی روزها و لحظات خوبی که پرسنل کنار ما در پروژه‌ها داشتند برای من شیرین‌ترین خاطره است. مثل شنیدن خبر ازدواج یا قبولی در دانشگاه و اتفاق‌هایی از این دست.

از نفر بعدی که طرف گفت‌وگو با ویکی کلین است، چه سؤالی می‌پرسید؟

تلخ‌ترین و شیرین‌ترین تجربه سال‌های گذشته در کسب‌وکار خود چه بوده است؟

اوباما؛ قدرتمندترین شخص به‌عنوان رئیس‌جمهور آمریکا در دوره خود

پائولو مالدینی (کاپیتان سابق تیم فوتبال ایتالیا)؛ به‌خاطر شخصیت ورزشی

۷- آینده صنعت نظافت را چگونه می‌بینید؟

بسیار روشن می‌بینم. به‌خاطر اینکه در پروژه‌های بزرگ به‌صورت تخصصی به آن نگاه می‌کنند و آغاز راه بحث تخصصی بودن کار نظافت است و با توجه به پیشرفت پروژه‌های حال حاضر در کشورمان و الگوبرداری از پروژه‌های بزرگ خارجی، همه موارد برون‌سپاری (outsourcing) می‌شود و بخش نظافت طبیعاً به این صورت خواهد بود و قطعاً افرادی که در این زمینه فعالیت می‌کنند می‌بایست خودشان را هم‌گام با این مسیر به‌روز کنند. برای همین فکر می‌کنم آینده درخشانی خواهیم داشت. شاید می‌توانم بگویم حضور حضرت‌تعالی و مجموعه ویکی کلین هم نشان‌دهنده همین مسئله است؛ ارزش‌گذاری نسبت به بحث نظافت و برداشتن گام بلند در این مسیر.

۸- اگر بتوانید یک چیز را در مسیر شغلی خود تغییر دهید، آن چه خواهد بود؟

صادقانه اگر بخواهم بگویم، من در گذشته تصور می‌کردم با هر پروژه‌ای که به چالش می‌خوریم باید آن را رها کنیم و سراغ پروژه‌های جدیدتری برویم اما بعدها متوجه این اشتباه شدم و تلاشم بر این است که همواره ارتباطم را با پروژه‌ها حفظ کنم و آن را توسعه بدهم. اگر بخواهم چیزی

۱- اولین شغل‌تان چه بود؟

کارمند اداری در یک شرکت خصوصی.

۲- کدام سه کلمه شخصیت شما را توصیف می‌کند؟

جدیت، نترس بودن، پشتکار

۳- اگر بتوانید فقط و فقط از یک مکان در جهان دیدن کنید، کجا می‌روید؟

معابد بودا

۴- چگونه می‌توانید صنعت نظافت را بهبود ببخشید؟

اگر قرار باشد در زمینه نظافت بیشتر از این فعالیت کنم، قطعاً به‌صورت تخصصی از دوران هنرستان یا دانشگاه موضوع نظافت را بسط می‌دهم. چون فکر می‌کنم نیاز جامعه است. با وجود اینکه نگاهی خیلی ساده به آن وجود دارد، اما باید به‌صورت تخصصی به آن پرداخته شود. در این زمینه به‌صورت تخصصی تدریس می‌کنم. کاری که در کشورهای صنعتی اتفاق می‌افتد. مثلاً در کشوری مثل آلمان یک نفر نمی‌تواند از سر عجز و بیکاری برود کار خدمات را انتخاب کند. حتماً می‌بایست آموزش ببیند و مدرک دریافت کند و آن را ارائه دهد و با توجه به سطح مدرک می‌تواند برای انجام خدمات نظافت انتخاب شود. من اگر بودم حتماً این موضوع را در کشورم به‌صورت تخصصی ارتقاء می‌دادم.

۵- اگر قرار باشد در کسب‌وکار شما یک کارآموز از فردا شروع کند، چه توصیه‌ای به او می‌کنید؟

پیشنهاد می‌کنم آموزش‌های لازم در زمینه‌های مختلف از جمله شناخت تجهیزات و ماشین‌آلات تخصصی و مواد شوینده، بازاریابی، شناخت بازار، تبلیغات، روش‌های جذب نیرو و آموزش پرسنل در تمامی زمینه‌های مورد نیاز آن‌ها را کسب کند.

۶- اگر بتوانید یک مهمانی شام برگزار کنید و از افراد مرده و زنده معروف و مشهور دعوت کنید، آن‌ها چه کسانی خواهند بود و چرا؟

محمدجواد ظریف؛ به‌خاطر شخصیت ایشان

چگونه طبقه‌بندی می‌شود؟

تنها ویژگی رنگ‌هایی که در نما استفاده می‌شود این است که در برابر نور خورشید و رطوبت، مقاوم باشند. اما به‌صورت روتین از رنگ‌های اکریلیک استفاده می‌کنیم. رنگ‌های پایه آب که روی نما استفاده می‌شود و در برابر سرما و گرما و همچنین تابش آفتاب، قدرت کشش بیشتری دارند.

ویکی کلین رنگ‌آمیزی ساختمان چه مرحله‌ای دارد؟

ابتدا بحث شست‌وشوی نما و پاک‌سازی آن را داریم. سطح نما می‌بایست از همه آلودگی‌ها زوده شده تا آماده رنگ‌آمیزی شود. بعد از آن بتونه‌کاری، سمباده و پرایمر نما را داریم و در آخر top code و رنگ نهایی اجرا می‌شود.

ویکی کلین آیا رنگ نمای ساختمان به‌صورت دوره‌ای باید تمدید یا تجدید شود؟

خیر. بستگی به رنگ و جنسی که در نما استفاده شده، دارد. فرسایش رنگ در طول سال‌های گذشته طبیعاً وقتی قسمتی از نما فرسوده یا اصلاً پوسته شده و تپله می‌کند، آن رنگ باید تجدید شود.

بستگی به اجرای رنگ قبلی، مدت زمان، کیفیت و نحوه اجرایی که انجام شده، آلودگی‌هایی که در محیط وجود دارد و با توجه به سلیقه شخصی کارفرما رنگ نما ممکن است تجدید شود.

ویکی کلین کلام آخر

بسیار خوشحال شدم از وقتی که در اختیار بنده قرار دادید. امیدوارم با کمک مجله خوب ویکی کلین آگاهی و دانش مردم را نسبت به نظافت تخصصی که نیاز جامعه است، ارتقاء دهیم. ما هم در این راستا سعی می‌کنیم تا فعالیت‌مان را همواره توسعه دهیم. موفق باشید. 📌

دوربین، نورپردازی نما، اما بخش غالب این امر را بحث شست‌وشوی نما در برمی‌گیرد.

ویکی کلین مراحل شست‌وشوی نمای ساختمان به چه شکل است؟

ما در ۲ مرحله، شست‌وشوی نمای ساختمان را انجام می‌دهیم. ابتدا کل نمای ساختمان را با واترجت صنعتی پاک‌سازی و تمیز کرده و پس از آن بخش‌هایی مثل شیشه‌ها یا کامپوزیت‌ها را به‌صورت مجزا شست‌وشو می‌کنیم که درخشش و زیبایی بیشتر نما را در پی خواهد داشت.

ویکی کلین برای مجتمع‌هایی که ارتفاع زیادی ندارند از دستگاه‌های استفاده نمی‌کنید؟

از ارتفاع ۶متری به بالا، راه دسترسی به ارتفاع را با طناب انجام می‌دهیم، اما دستگاه‌های شست‌وشوی را که بسیار هم کاربردی است، بیشتر در قسمت‌هایی از آن بهره می‌گیریم که امکان استفاده از طناب را نداشته باشیم.

ویکی کلین برای شست‌وشوی نما از چه ماده شوینده‌ای استفاده می‌کنید؟ چگونه تهیه یا ساخته می‌شود؟ آیا از مشخصات و ویژگی خاصی باید برخوردار باشند؟ آیا ساخته خودتان است یا از خارج از ایران وارد می‌شود؟

باتوجه به شکل و جنس نمای ساختمان و همین‌طور نوع آلودگی که وجود دارد، از مواد شوینده متناسب با آن باید استفاده کرد. هم مواد شوینده وارداتی داریم و هم محصولات ایرانی که باکیفیت هستند و ما در این زمینه از آن‌ها استفاده می‌کنیم.

ویکی کلین رنگ مخصوص نمای ساختمان چه ویژگی‌هایی باید داشته باشد و به لحاظ محبوبیت

الهام گرفته شده و امروزه در تمام دنیا از آن استفاده می‌شود. در این روش اگر نکات ایمنی رعایت شود، برای دسترسی راحت به هر نقطه از نمای ساختمان بسیار سریع است.

ویکی کلین استفاده از طناب چه خطراتی برای کاربری که از آن استفاده می‌کند، دارد؟

با توجه به اینکه یک نفر قرار است در ارتفاع فعالیت کند، از هر روشی که استفاده کند، خطر تهدیدش می‌کند. داربست، کلاسیمر، راپل. فرقی نمی‌کند. اما روش طناب تا زمانی که فرد خودش را به نزدیک‌ترین نقطه برای فرود می‌رساند، روی لبه پشت بام، اگر نکات ایمنی را رعایت کرده باشد و طناب را به خودش وصل کرده باشد، هیچ خطری تهدیدش نمی‌کند. اما حین اجرا یا قبل از اینکه فرود را آغاز کند، اگر نکات ایمنی را رعایت نکرده باشد، این روش می‌تواند بسیار مخاطره‌آمیز باشد.

ویکی کلین نصب طناب چه فرایندی دارد؟ آیا توسط یک ناظر انجام می‌شود؟

به‌صورت استاندارد و البته در شرکت «سپهر سپید ایرانیان» این‌طور است که یک نفر به‌عنوان سوپروایزر، ناظر بر تمامی این موارد است. ایشان مسئول است که تجهیزات را چک کند. در زمان بستن کارگاه برای آغاز فرود، پرسنل می‌بایست تمامی این موارد را بازدید کنند و خود نیرو قبل از اینکه فرودش را آغاز کند، موظف است طی سه مرحله حتماً چک کند، حتی آن اجرای کار توسط سوپروایزر را.

ویکی کلین اعم کار شما در حوزه کار در ارتفاع اغلب نظافت شیشه است؟

ما در حوزه کار در ارتفاع در زمینه‌های مختلفی کار می‌کنیم: شست‌وشوی نما، رنگ‌آمیزی نما، مقاوم‌سازی نما، آب‌بندی، نصب هرگونه اکسسوری روی نما از قبیل





گفت و گوی اختصاصی با مدیر دپارتمان مطالعات بازار شرکت «تنانور جم» تأثیر تکنولوژی در ارتقاء نظافت مراکز خرید

مهندس آیدا امیدواری، متولد سال ۱۳۷۲، دانش آموخته رشته مهندسی معماری و MBA مدیریت ریتیل و دانش پذیر مقطع DBA رهبری ریتیل دانشگاه تهران است. وی از سال ۱۳۹۴ فعالیت خود را در حوزه مراکز خرید کشور آغاز کرد و از سال ۱۳۹۹ به طور تخصصی بحث مطالعات بازار مراکز خرید و توسعه برندهای ریتیل را دنبال می‌کند. با او پیرامون بهره‌برداری و چگونگی نظافت مراکز خرید گفت‌وگو کردیم که در ادامه می‌خوانید.

احمد شاهوند

مجموعه، می‌توان شاهد رونق روزافزون کسب‌وکارها بود. مهمترین مأموریت شرکت «تنانور جم»، افزایش ارزش دارایی با مهندسی ارزش ایجاد شده در پروژه‌های تجاری برای سرمایه‌گذاران و سازندگان است.

ویکلین آیا حین ساخت یک مرکز خرید یا مجتمع تجاری تمهیداتی برای نظافت هرچه بهتر مجموعه‌اندیشیده می‌شود؟

بله، برای روند نظافت هرچه بهتر مراکز خرید، نیاز به زیرساخت‌هایی است که هنگام طراحی معماری و اجرا باید به آن موارد توجه کرد. به عنوان مثال انتخاب نوع و رنگ متریال محیط مشاعات در زمان بهره‌برداری می‌تواند علاوه بر سهولت در نظافت روزانه، به کاهش مصارف مواد شوینده و مدیریت هزینه‌های منابع انسانی کمک شایانی کند.

ویکلین آیا نظافت یک مرکز خرید یا مجتمع تجاری بر عهده کارکنان نظافتی است یا شرکت خدمات نظافتی به صورت مستقل این امر را بر عهده دارد؟

برون سپاری خدمات نظافت در کنار وجود مجموعه‌های حاضر و موفق نظافتی، ریسک‌های خصوصی دارد که به همین منظور پیشنهاد می‌شود مجتمع‌ها حتی در صورت همکاری با شرکت مستقل، نظارت دقیقی بر امور داشته باشند. در هر مجموعه با توجه به مترآژ و موقعیت مجتمع،

ویکلین عمده فعالیت شرکت «تنانور جم» در چه حوزه‌ای است؟ و چند سال است در این حوزه فعالیت می‌کند؟

مجموعه «تنانور جم» از سال ۱۳۸۸ در زمینه مدیریت راهاندازی و بهره‌برداری مجتمع‌های چندمنظوره تجاری، اداری و مسکونی فعالیت می‌کند. خدمات «تنانور جم» شامل طیف گسترده‌ای از توسعه‌های صنعت ریتیل و املاک و مستغلات بوده که از جمله این خدمات می‌توان مطالعات بازار، مشاوره طراحی مراکز خرید، فروش و لیزینگ، مدیریت و بهره‌برداری فضاهای تجاری و غیرتجاری و بازاریابی مراکز خرید را نام برد.

ویکلین بهره‌برداری یک مرکز خرید یا یک مجتمع تجاری از چه زمانی آغاز می‌شود؟ و نقش و وظیفه اصلی یک شرکت بهره‌بردار چیست؟

از هنگامی که تصمیم به انتخاب لوکیشن جهت ساخت یک مرکز خرید گرفته می‌شود، مرحله پیش از بهره‌برداری با مبحث مطالعات بازار آغاز می‌شود و حضور شرکت‌های بهره‌برداری در کنار مالکان و سازندگان محترم می‌تواند به افزایش ارزش دارایی‌ها کمک کند. در بسیاری از مجتمع‌های چندمنظوره و بخصوص تجاری، با عدم توجه به‌موقع به مقوله بهره‌برداری، شاهد ایجاد هزینه‌های مضاعف و چندین‌باره در زمان بازگشایی و راهاندازی هستیم که با به‌کارگیری و بهره‌مندی مؤثر از خدمات شرکت بهره‌بردار، علاوه بر ایجاد حس تمایز در

تلاشیم که حس خوب و خاطره ماندگار علاوه بر اطمینان در خرید را برای مراجعه‌کنندگان فراهم کنیم.

ویکلین امروزه، یک مجتمع تجاری صرفاً مکانی برای «خرید» نیست. «سرگرمی» و ایجاد بستری امن و مفرح برای مشتری یا مراجعه‌کننده نقش مهمی ایفا می‌کند. شما در این زمینه چه راهکارهایی در مراکز خرید تحت نظارت خود به کار بستید؟

توجه به سایر نیازهای روزمره جامعه در کنار خریدی آرامش‌بخش به جهت ماندگاری و ایجاد حس وفاداری بازدیدکنندگان، که این امر با تمرکز بر ابعاد مختلف خدمت‌رسانی، که در ازای آن وجهی پرداخت نمی‌شود، مانند طراحی و جانمایی فضاهای مختلف از دسته‌بندی‌های فرهنگی و سرگرمی در مراکز خرید، برگزاری کمپین‌ها و رویدادهای مناسبی و... ایجاد می‌شود.

ویکلین دوره نظافت مناطق پر تردد یک مرکز خرید مثل سرویس‌های بهداشتی، رستوران‌ها و فست‌فودها و همچنین پله برقی‌ها و محل‌های عبور به چه صورت است و معمولاً به چه شکل انجام می‌شود؟

همانطور که پیش از این گفته شد، در مراکز خرید حین بهره‌برداری، در ساعات تعطیلی مراکز، نظافت عمومی طبق برنامه مشخص صورت گرفته و اماکن پرتردد مانند سرویس‌های بهداشتی به صورت لحظه‌ای توسط نیروهای ارزشمند خدمات مجموعه نظافت می‌شوند؛ این روند توسط کارشناسان این بخش، در قالب چک‌لیست‌های خدماتی بررسی و نظارت می‌شود.

ویکلین استفاده از تکنولوژی روز و دستگاه‌های مدرن در حوزه نظافت یک مرکز خرید یا مجتمع تجاری آیا در جذب و ماندگاری مشتری یا مراجعه‌کننده تأثیرگذار است؟

یکی از عوامل مهم در دید مشتریان، نظافت و نگهداری این‌بیه مراکز خرید است و این امر باید به گونه‌ای صورت پذیرد که مراحل انجام عملیات نظافتی دور از چشم مراجعه‌کنندگان باشد. به همین دلیل استفاده از تکنولوژی علاوه بر سهولت نظافت و نیاز به نیروی انسانی کمتر، موجب می‌شود در سریع‌ترین زمان ممکن این روند انجام شده و نتیجه مطلوب حاصل شود.

ویکلین توقع شما از یک نشریه و رسانه تخصصی که دغدغه نظافت دارد، چیست؟

نشریات تخصصی در هر حوزه‌ای باید بتوانند یکی از وظایف سه‌گانه افزایش آگاهی، دانش و کنش را انجام دهند. یعنی آگاهی بخشی و اطلاع‌رسانی نسبت به آخرین رویدادها، ارتقای سطح دانش و معلومات تخصصی و جریان‌سازی

در راستای نیازها، (بهتر است هر سه مورد انجام شود، اما حداقل یکی از این موارد باید اتفاق بیفتد). به طور مثال اطلاعات و معرفی ابزارها، شوینده‌ها و راهکارهای بروز جهانی در جهت پیشبرد خدمات نظافتی در کشور و همچنین معرفی پلتفرم‌های متنوع و خاص در این جهت.

ویکلین کلام آخر

در ابتدا سیاست از شما و نشریه ارزشمندتان که این بستر را فراهم کردید؛ اگر بخواهم به طور خلاصه به موارد پیشین اشاره کنم، معقوله نظافت یکی از امور ضروری برای یک مرکز خرید است، ولی موارد بسیار زیاد دیگری نیز وجود دارد که رعایت جوانب مربوط به آن، موجب نامدار بودن یک مجموعه و در نهایت ایجاد حس خوب و وفاداری مراجعه‌کنندگان می‌شود. امید است با رعایت این موارد، همچنین اعتماد و سپردن امور به افراد متخصص و باتجربه، شاهد مراکز تجاری استاندارد و نامدار بیشتری در کشورمان باشیم. 📌





ده سوال از یان اندرسون، مدیر ABM در سراسر ایرلند

تغییر مداوم به سمت هوش مصنوعی و تکنولوژی هوشمند

ماهانامه Tomorrow's Cleaning هر ماه از یک متخصص صنعت نظافت ۱۰ سؤال نظافتی می‌پرسد. در شماره نوامبر، مدیر ABM در سراسر ایرلند، مهمان این ماهنامه بوده که پاسخ‌های او را می‌خوانیم.

۹ - به نظر شما آینده صنعت نظافت چیست؟ فکر می‌کنم صنعت نظافت با توجه به نقش حیاتی که در کسب‌وکار ایفاء می‌کند، مورد توجه و احترام بیشتری قرار خواهد گرفت. تغییر مداوم به سمت هوش مصنوعی و تکنولوژی هوشمند از خروجی‌های کلیدی پشتیبانی می‌کند و به طور گسترده تأثیر تمیز کردن خوب را از بسیاری از جنبه‌ها نشان می‌دهد.

دلیا کانینگز، رئیس شورای نظافت بریتانیا، می‌پرسد: ۱۰ - چگونه همکاران را تشویق می‌کنید که با هم متحد شوند و از کمپین‌های صنعتی که برای بهبود کل صنعت نظافت طراحی شده‌اند، حمایت کنند؟

من طرفدار بزرگ بهبود مستمر هستم. ادامه رهبری با نشان دادن تعهد به صنعت از طریق حمایت از تیم ما و بهبود محیط کاری آن‌ها. همچنین اطمینان حاصل کنید که نتایج کار بزرگی که انجام می‌دهند، به اندازه کافی در خارج از صنعت نشان داده می‌شود تا بتوانند پاداش شناخت و تأثیرگذاری بر دیگران را دریافت کنند. 📄

www.tomorrowcleaning.com



درس بگیرید. هر کسی جدا از ماهیت شغلی‌اش در طول زندگی اشتباه می‌کند یا قضاوت‌های نادرستی انجام می‌دهد. با این حال بسیار مهم است که هر بار از این اشتباهات درس بگیرید، تا به شما اجازه دهد روبه جلو حرکت کرده و رشد کنید.

۷ - اگر فردا در قرعه‌کشی برنده شوید، ثروت خود را چگونه خرج می‌کنید؟

بعد از اینکه آینده‌ام را تضمین کردم، از خرج کردن آن برای دیگران و ایجاد شادی برای آن‌ها خوشحال می‌شوم.

۸ - اگر بتوانید یک مهمانی شام برگزار کنید و از افراد مرده یا زنده دعوت کنید، آن‌ها چه کسی خواهند بود و چرا؟

قطعاً یک شاهزاده خانم مارگارت جوانتر به خاطر شیطنت‌هایش، آلن کار برای شوخ طبعی‌اش و البته همسرم به دلیل مهارت‌های مثال زدنی‌اش در میزبانی. ناگفته نماند که اگر دعوت نمی‌شد، احتمالاً من را طلاق می‌داد!

۱ - اولین شغل شما چه بود؟ اولین کار تمام وقت من در کیتینگ به عنوان نظافتچی و باربر آشپزخانه بود.

۲ - چگونه وارد صنعت نظافت شدید؟

به مدت ۱۳ سال در بخش کیتینگ سمت مدیریتی داشتم، به مدت ۷ سال به بانکداری روی آوردم و سپس مهارت‌های قابل انتقال را به نظافت آوردم و مدیریت یک تولیدی با سابقه در ایرلند شمالی را برعهده گرفتم. از آنجا من در مرز بین ایرلند شمالی و جمهوری ایرلند مسئولیت چندین سایت را بر عهده داشتم و در هشت سال گذشته مدیر بازاریابی تجاری در سراسر ایرلند بودم.

۳ - کدام سه کلمه شخصیت شما را توصیف می‌کند؟ کوشا، حمایت‌کننده و بخشنده.

۴ - اگر می‌توانید از یک مکان در جهان دیدن کنید، کجا می‌روید و چرا؟

تنها جایی که من همیشه به آنجا خواهم رفت، آفریقای جنوبی و کیپ غربی است. بسیار متنوع است و برای هر کسی چیزی دارد.

۵ - چگونه می‌توانید صنعت نظافت را بهبود ببخشید؟

دوست دارم از کارهای خارق‌العاده‌ای که این صنعت ارائه می‌کند، شناخت بیشتری به دست بیاورم. به همین ترتیب، دوست دارم درک بهتری از ماهیت «خط مقدم» واقعی شغل در آماده‌سازی تسهیلات تمیز و ایمن برای سایر حرفه‌ها داشته باشم تا بتوانند کار کنند. نظافت شغل سختی است و من فکر می‌کنم رهبران کسب‌وکار باید تمرکز و اولویت بیشتری برای درک آن و حمایت از ارائه پاداش و شناخت بهتر برای کسانی که درگیر هستند، داشته باشند.

۶ - اگر قرار باشد یک کارآموز از فردا شروع کند، چه توصیه‌ای به او می‌کنید؟

از درخواست کمک نترسید و همیشه از اشتباهات خود



ده سوال از دلیا کانینگز، رئیس شورای نظافت بریتانیا

تلاش برای افزایش ارزش «نینجاهای زیست محیطی»

ماهانامه Tomorrow's Cleaning هر ماه از یک متخصص صنعت نظافت ۱۰ سؤال نظافتی می‌پرسد. در شماره اکتبر، دلیا کانینگز، رئیس شورای نظافت بریتانیا مهمان این ماهنامه بوده که پاسخ‌های او را می‌خوانیم.

۱ - اولین شغل شما چه بود؟

زمانی که هنوز در مدرسه بودم، در هتل معروفی به نام The Thistle Group Strathallen در بیرمنگام، به عنوان «خدمت کار اتاق» کار می‌کردم. اینجا بود که خانه‌داری‌ام را توسعه دادم.

۲ - چگونه وارد صنعت نظافت شدید؟

با توجه به اینکه یک علم در نظافت وجود داشت، ذهن کنجکاو و عشق به تمرین دقیق من را فرا گرفت، بنابراین سفر من آغاز شد. من با ترکیب نظافت و مراقبت‌های بهداشتی، یک دوره دو ساله در انجمن‌های شهر در علوم نظافت و مدیریت آغاز کردم.

۳ - کدام سه کلمه شخصیت شما را توصیف می‌کند؟ کوشا، کمال‌گرا، دلسوز.

۴ - اگر می‌توانید از یک مکان در جهان دیدن کنید، کجا می‌روید و چرا؟

اگر من کاملاً صادق بودم، برای لذت پاریس را انتخاب می‌کردم. با یک بودجه نامحدود، این کار به سادگی قابل انجام است. به دلایل آموزشی، مايلم از پرل هاربر در هاوایی



دیدن کنم تا اهمیت و تاریخ آن را در جنگ جهانی دوم درک کنم، موضوعی که پدرم به آن علاقه زیادی داشت.

۵ - چگونه می‌توانید صنعت نظافت را بهبود ببخشید؟ ایجاد یک کمپین برای جلب توجه دولت. متأسفانه این نبردی است که ما در آن هستیم، یک مبارزه واقعی برای به رسمیت شناختن نیروهای نظافتی خود.

۶ - اگر قرار باشد یک کارآموز از فردا شروع کند، چه توصیه‌ای به او می‌کنید؟

شجاعت یک فضیلت مهم است. پای چیزی که به آن اعتقاد دارید، بایستید و اگر اشتباه کردید با وقار و متانت از سمت خود، استعفاء کنید و از اشتباهات درس بگیرید.

۷ - اگر فردا در قرعه‌کشی برنده شوید، ثروت خود را چگونه خرج می‌کنید؟

من هشت نوه زیبا دارم. هیچ چیز برای من لذت‌بخش‌تر از گذراندن وقت با آن‌ها و تماشای تبدیل شدنشان به انسان‌های خوب نیست. بنابراین، آرزوی من این است که مطمئن شوم در زندگی به خوبی آموزش می‌بینند و امنیت

دارند و همچنین تعطیلات خانوادگی شادی داشته باشند و خاطره‌سازی کنند.

۸ - اگر بتوانید یک مهمانی شام برگزار کنید و از افراد مرده یا زنده دعوت کنید، آن‌ها چه کسی خواهند بود و چرا؟

مایا آنجلو - شاعر و فعال حقوق مدنی. او در مواجهه با ناملایمات، با ظرافت هر چه تمام‌تر با هر مانعی که مواجه می‌شد، غلبه می‌کرد. زنی الهام‌بخش که به خوبی نشان داد چگونه ادبیات به او کمک کرد تا بر نژادپرستی و آسیب‌های روحی غلبه کند.

سر رانولف فاینس - ماجراجو، کاشف و نویسنده. او از قدرت، اراده و جرأت ساخته شده است. او خطرناک‌ترین و غیرقابل دسترس‌ترین مکان‌های روی زمین را فتح کرد، در حالی که در سفر به قطب شمال مرگ را به چشمان خود دید و چندین انگشت خود را از دست داد اما به راه خود ادامه داد. من مجذوب زندگی نامه او با عنوان «دیوانه، بد و خطرناک برای دانستن» شدم.

لوتر وندروس - خواننده و ترانه‌سرا. با صدای مخملی و زیبایی ما را سرگرم می‌کرد. لوتر خواننده مورد علاقه من در تمام دوران است.

۹ - به نظر شما آینده صنعت نظافت چیست؟

یک تغییر به سمت شناخت ارزشی که مأموران نظافت ما ارائه می‌دهند، مورد نیاز است. یک صلاحیت اجباری دولتی برای اطمینان از اعتبار ورود، از محیط‌های پاک‌تر و ایمن‌تر حمایت می‌کند و به این ترتیب، شهرت ارتش خاموش، «نینجاهای زیست محیطی» را افزایش می‌دهد.

نیل اسپنسر کوک، مدیر عامل BICSc، می‌پرسد:

۱۰ - اگر یک چیز وجود داشت که می‌توانستید برای بهتر شدن تغییر دهید، آن چه خواهد بود؟

برابری، تنوع و شمول. ما هنوز به طور منصفانه در صنعت نظافت نماینده نداریم، گروه‌های اقلیت قابل مشاهده نیستند و این باید تغییر کند. 📄

www.tomorrowcleaning.com

شده و هر گونه تعمیرات به موقع انجام می‌شود. اجرای یک برنامه تعمیر و نگهداری برنامه‌ریزی شده کمک می‌کند تا مطمئن شوید تمامی تعمیرات مجموعه شما به روز است، که این موضوع به نوبه خود از تعمیرات بزرگتر جلوگیری می‌کند و به شما این امکان را می‌دهد در صورت لزوم برای آنها بودجه اختصاص دهید.

● اجتناب از توقف

اجتناب از تعمیرات پرهزینه، از اتلاف وقت کسب و کار جلوگیری می‌کند. هنگامی که نیاز به تعمیرات بزرگ باشد، می‌تواند منجر به از دست دادن زمان کاری یا تعطیلی کامل مجموعه شود که ممکن است به طور مستقیم بر روند کسب و کار شما تأثیر منفی بگذارد. هنگامی که تیم مدیریت تأسیسات را به کار می‌گیرید، کنترل زمان انجام تعمیرات و نگهداری را در دست دارید تا بتوانید در بسیاری از مواقع از هرگونه افت کاری جلوگیری کرده و به فعالیت عادی خود ادامه دهید.

● کسب و کار سبزتر

اطمینان از اینکه مجموعه شما از نظر انرژی کارآمد است، نه تنها به کاهش هزینه‌های انرژی شما کمک می‌کند، بلکه ردپای کربن مجموعه شما را نیز کاهش می‌دهد. فرایند بررسی هر جنبه از تأسیسات شما برای بهره‌وری انرژی می‌تواند زمان بر باشد، بنابراین یک شرکت مدیریت تأسیسات این مسئولیت را بر عهده می‌گیرد و همچنین در صورت لزوم یک طرح ارزیابی و صرفه‌جویی در انرژی (ESOS) را به کار خواهد گرفت. msl-ltd.co.uk

شفاف در کل سازمان خود داشته باشید تا بتوانید به راحتی طیف وسیعی از کارها را از ابتدا تا انتها سازماندهی و مدیریت کنید. آنها همچنین به شما در ایجاد و حفظ برنامه‌های تعمیر و نگهداری کمک می‌کنند و همچنین شما را در مورد هزینه‌های خود به روز نگه می‌دارند. بنابراین شما می‌توانید مطمئن باشید که بودجه خود را حفظ می‌کنید. استفاده از یک سیستم مدیریتی باعث کاهش استرس زیاد مدیر تأسیسات خواهد شد.

■ مزایای یک شرکت مدیریت تأسیسات

● صرفه جویی در پول

تیم مدیریت تأسیسات یک راه مقرون به صرفه برای حفظ و نگهداری ساختمان شماست. داشتن یک تیم برای بررسی منظم امکانات مجموعه، در زمانی که کمترین آسیب را به کسب و کار شما وارد می‌کند، می‌تواند به شما کمک کند تا از انجام کارهایی که تأثیر مستقیم روی کسب و کار داشته باشد، اجتناب کنید. بدون داشتن یک تیم مدیریت تأسیسات برای تعمیرات برنامه‌ریزی شده و حتی پیش‌بینی نشده، ممکن است با تعمیرات پرهزینه‌ای از سوی پیمانکاران مختلف مواجه شوید، که در صورت بروز مشکل، هرگونه خرابی در نتیجه این تعمیرات می‌تواند تا حد زیادی به ضرر کسب و کار شما منجر شود.

● از تعمیرات پرهزینه خودداری کنید

با در اختیار داشتن تیم مدیریت تأسیسات، می‌توانید اطمینان حاصل کنید که مجموعه شما به خوبی نگهداری

تخلیه سطل‌های زباله، این برنامه توسط مدیریت تأسیسات تعیین می‌شود که ارزیابی می‌کند هر کار چه زمانی و چند وقت یکبار باید انجام شود.

● ایمنی آتش

ایمنی در برابر آتش، بخشی جدایی ناپذیر از نقش هر مدیریت تأسیسات است. در مورد ایمنی در برابر آتش، روش‌هایی وجود دارد که یک کسب‌وکار باید به آنها پایبند باشد و مسئولیت کلی اطمینان از رعایت این موارد بر عهده یک فرد مسئول در کسب‌وکار خواهد بود. با این حال به کارگیری یک شرکت مدیریت تأسیسات می‌تواند به اطمینان از انجام بازرسی‌های منظم و سازگار بودن تجهیزات مربوطه کمک کند. یک مدیریت تأسیسات همچنین تضمین می‌کند که ارزیابی‌های منظم خطر آتش سوزی و مانورهای آتش نشانی به طور مکرر در مجموعه انجام می‌شود.

● امنیت

امنیت برای هر کسب و کاری برای محافظت از کارکنان و دارایی‌های مجموعه ضروری است. یک مدیر تأسیسات می‌تواند اطمینان حاصل کند که ساختارهای لازم برای محافظت مناسب از تأسیسات وجود دارد. این موضوع می‌تواند از سازماندهی نگهبانان تا نصب و نگهداری تجهیزات دوربین مداربسته را شامل شود.

● فناوری

نرم‌افزار مدیریت امکانات رایانه‌ای، مانند پورتال inSYNC، به شما اجازه می‌دهد یک نمای کلی واضح و



مدیریت تأسیسات (FM) چیست؟

مدیریت تأسیسات (Facility Management) یک نقش حیاتی در هر سازمانی است. هر کسب و کاری نه تنها برای ارائه بهترین خدمات به مشتریان، بلکه برای اطمینان از سودآوری کسب و کار باید تا حد امکان کارآمد باشد. نقش یک «مدیر تأسیسات» این است که تمام تأسیسات را زیر نظر داشته باشد و اطمینان حاصل کند که همه چیز به آرامی و با حداقل وقفه اجرا می‌شود و برنامه‌هایی برای مقابله با تعمیر و نگهداری مورد انتظار و غیرمنتظره وجود دارد.

■ مسئولیت‌های مدیریت تأسیسات

● نگهداری

برای هر کسب و کار موفق مهم است که هیچ جنبه‌ای از شرکت را نادیده نگیرد. اماکن و تجهیزاتی که به خوبی نگهداری می‌شوند، از خدمات خوب مشتریان و حاشیه سود سالم کم‌اهمیت‌تر نیستند. این مسئولیت مدیر تأسیسات است که اطمینان حاصل کند که دارایی‌ها به درستی مدیریت می‌شوند. دارایی‌ها باید به طور مرتب نگهداری، آزمایش و بازرسی شوند تا اطمینان حاصل شود که تا حد امکان از خرابی‌ها جلوگیری می‌شود و همچنین عمر تجهیزات به حداکثر می‌رسد. برای انجام این کار، FMها باید برنامه‌های تعمیر و نگهداری برنامه‌ریزی شده را ایجاد و اجرا کنند تا تمام جنبه‌های تأسیسات بررسی و هرگونه مشکل به سرعت مرتب شود. علاوه بر این، مدیران تأسیسات در صورت بروز هرگونه مشکل غیرمنتظره، فرآیندهایی را در محل خواهند داشت تا اطمینان حاصل شود که خرابی‌ها به سرعت و کارآمد رسیدگی می‌شوند.

● در صدر قانون‌گذاری بمانید

داشتن یک تیم برای رسیدگی به امور، بار زیادی را از روی

● سلامت و امنیت

مدیران تأسیسات وظیفه مراقبت از کارکنان و مشتریان در داخل مجموعه را دارند و بنابراین باید اطمینان حاصل کنند که ساختمان و شرکت مطابق با سلامت و ایمنی هستند. این شامل اخذ گواهینامه‌های مناسب و انجام آموزش کارکنان است. اگر یک کسب و کار نتواند مسائل مربوط به ایمنی را به درستی مدیریت کند، منجر به آسیب‌های احتمالی، پیگرد قانونی و از دست دادن کسب و کار شود. داشتن یک شرکت مدیریت تأسیسات می‌تواند به حفظ امنیت ساختمان، مشتریان و کارکنان کمک کند. بازرسی‌های منظم اطمینان حاصل می‌کند که مجموعه شما مطابق با قوانین مربوطه، قابل اجرا در کسب و کار شما و رعایت مقررات ایمنی و بهداشتی دارد. با حصول اطمینان از اینکه بافت ساختمان مجموعه به خوبی حفظ شده است، می‌توانید مطمئن باشید که هر فردی که در آن کار می‌کند تا حد امکان ایمن نگه داشته می‌شود.

● تمیز کردن

نظافت یک مجموعه در نهایت بر عهده مدیریت تأسیسات است. این کار ممکن است ایجاد برنامه‌های نظافت و مدیریت نظافتچی‌ها باشد البته اگر از کارکنان مجموعه باشند. یا اگر از یک شرکت نظافتی استفاده می‌شود، انتخاب پیمانکار مناسب و اطمینان از اینکه کار آنها از استاندارد بالایی برخوردار است، اهمیت دارد. به طور کلی، نظافت یک مجموعه زمانی انجام می‌شود که مجموعه تعطیل باشد. اما ممکن است چند کار در ساعات اداری انجام شود، مانند تمیز کردن سرویس‌های بهداشتی یا





انقلاب دیجیتال نظافت

Mitie خدمات بهتری را برای مشتریان فراهم می کند

شرکت Mitie با راه اندازی پلتفرم «مرلین کانکت» (Merlin Connect) از قدرت پاکسازی مبتنی بر هوش، پرده برداری می کند.

به عنوان مثال: هنگامی که این پلتفرم با فناوری حسگر Mitie یکپارچه می شود، مناطق اولویت دار را بر اساس تعداد دفعات استفاده از آنها در طول روز شناسایی می کند. از طریق این پلتفرم، تکنسین ها می توانند به تمام این اطلاعات در یک نگاه روی موبایل یا تبلت خود دسترسی داشته باشند و به سرعت بر اساس آن عمل کنند و نحوه انجام وظایف روزانه خود را تغییر دهند. علاوه بر پشتیبانی «مرلین کانکت» از وظایف تکنسین نظافت، همچنین به همه کاربران ساختمان اجازه می دهد تا یک منطقه را برای تمیز کردن درخواست کنند. با اسکن کردن QR منحصربه فرد یک منطقه و تکمیل فرم درخواست، یک هشدار فوری «وظیفه واکنشی» به تکنسین های نظافت ارسال می شود و به آن ها اجازه می دهد به سرعت عمل کنند. علاوه بر توانایی «مرلین کانکت» برای ارائه اطلاعات در زمان واقعی، داشبوردهای «مرلین کانکت» می توانند روند برنامه های تمیز کردن را شناسایی کنند. مانند مناطقی که زمان بیشتری برای تمیز کردن نیاز دارند و زمان های بهینه برای نظافت را شناسایی می کنند. با استفاده از این اطلاعات، تکنسین های نظافت می توانند خدمات مؤثرتری را با استفاده از برنامه های مبتنی بر تقاضای هوشمندتر ارائه دهند و در نتیجه تجربه بهتری را برای کارمندان، مشتریان و کاربران ساختمان به ارمغان بیاورند. www.mitie.com

برجسب های ارتباطی میدان نزدیک (NFC) و کدهای QR موجود در محل کارشان را اسکن کنند تا فوراً قفل اطلاعات حیاتی مرتبط با منطقه ای که در آن کار می کنند را باز کنند. اطلاعات، وظایف و گزارش های وضعیت تجهیزات، همه به لطف ماژول مدیریت دارای «مرلین کانکت» است. تکنسین ها می توانند فعالیت های تکمیل شده را به صورت دیجیتال ثبت کنند یا مشکلاتی مانند موارد نقض شده را مطرح کرده و یک ارتباط عمومی برای ارسال درخواست اطلاع رسانی خودکار را صادر کنند، تا بتوان آن را اصلاح کرد یا به سرعت به آن پاسخ داد. آنها همچنین می توانند هر کار اضافی یا غیرمنتظره ای را که انجام شده است، برجسته کنند. «مرلین کانکت» با فرصتی برای آپلود قبل و بعد از تصاویری که سطح تمیز کردن مورد نیاز و همچنین تایم پس ها را نشان می دهد، راهی شفاف برای اثبات برتری در استانداردهای نظافت ارائه می دهد. ماژول حسابرسی خودکار داخلی این پلتفرم قادر است تمام این اطلاعات را به صورت خودکار جمع آوری کند، در زمان صرفه جویی کرده و نیاز به فرآیندهای حسابرسی دستی زمان بر را از بین ببرد. از طریق پلتفرم «مرلین کانکت»، داده ها به طور یکپارچه برای ارائه یک داشبورد دیجیتال برای هر مکان، با سرپرستان، مدیران و تکنسین هایی که می توانند در زمان واقعی، وضعیت تمیز کردن هر منطقه را همراه با مناطقی که نیاز فوری به تمیز کردن دارند، مشاهده کنند؛ یکپارچه می شوند.

■ **Mitie پلتفرم جدید هوشمند نظافتی خود، «مرلین کانکت» (Merlin Connect) را راه اندازی کرده است.**
 ■ «مرلین کانکت» با ترکیب داده های زنده در مورد وضعیت تمیز کردن فضاها، زمان نظافت و وظایف واکنشی با تجزیه و تحلیل روند طولانی مدت، خدمات تمیز کردن کارآمدتر و مبتنی بر داده را ارائه می دهد.
 ■ راه اندازی مبتنی بر رویکرد پیشرو در صنعت و مبتنی بر فناوری برای نظافت Mitie است، زیرا همچنان به سرمایه گذاری در آخرین نوآوری ها در این بخش ادامه می دهد.

Mitie، ارائه دهنده و پیشرو خدمات نظافت و بهداشت در بریتانیا، یک پلتفرم جدید تکنولوژی نظافت را راه اندازی کرده است. «مرلین کانکت» (Merlin Connect) از توانایی برقراری ارتباط، جمع آوری داده ها و ارائه تجزیه و تحلیل برای ایجاد آینده نظافت مبتنی بر هوش استفاده می کند. «مرلین کانکت» مبتنی بر برنامه توسط دستگاه دستی و از طریق یک داشبورد آنلاین قابل دسترسی است که بینش هایی را برای افزایش کارایی، توانمندسازی تکنسین های نظافت، ارائه تجربه کاربری بهتر و پشتیبانی از خدمات مبتنی بر تقاضا ایجاد می کند. «مرلین کانکت» توانایی جمع آوری اطلاعات در زمان واقعی را از تکنسین های نظافت در محل کار فراهم می کند. تکنسین ها می توانند با تلفن های همراه خود،

اما با الزاماتی نیز همراه است. با این حال، این پایان کار نیست. شما این استاندارد را باید در آینده حفظ کنید و به این ترتیب، برای اینکه بتوانید هر سال این عضویت را تمدید کنید، یک بازدید یا تماس با تیم ها خواهید داشت تا اطمینان حاصل کنید که ارزیابان و مرکز شما شرایط لازم برای تمدید را دارند. این عضویتی نیست که فقط به دلیل پرداخت هزینه خود بتوانید آن را ادامه دهید. نیاز به کمی تعهد بیشتر دارد.

اگر استاندارد را رعایت نمی کنید، مطمئن باشید که BICSc بی خیال شما نمی شود و با شما همکاری می کند تا کارها را انجام دهید و به شما کمک می کند تا به استاندارد مورد نیاز دست یابید. برای آن افرادی که ایده متفاوتی دارند، این مطلب بخشی از کارهایی که BICSc انجام می دهد را مشخص کرده است. www.bics.org.uk

* مدیرعامل (BICSc)

چقدر BICSc را می شناسید؟



نیل اسپنسر کوک

مؤسسه بریتانیایی علوم پاکسازی (BICSc) نامی شناخته شده است، اما آیا می دانید BICSc چیست؟ در بخش اصلی بیانیه مأموریت BICSc آمده است: «افزایش استانداردهای آموزشی و ایجاد آگاهی از صنعت نظافت از طریق استانداردهای حرفه ای و آموزش معتبر». بزرگترین بخش این امر محافظت از عملیات نظافت و نظافتچی های در حال کار است. بنابراین، چگونه این کار را انجام می دهیم؟

مؤسسه سه نوع عضویت دارد:
 ۱ - **عضویت فردی**
 این عضویت برای هر فردی است که سفر BICSc خود را آغاز کرده و مایل است به عنوان حامی اخلاق و آیین رفتار BICSc شناخته شود. به هر کسی که مجوز فعالیت ارائه کند، یک عضویت انفرادی تکمیلی به مدت یک سال داده می شود.

۲ - **عضویت شرکتی**
 این عضویت برای هر شرکتی است که بیش از یک سال از فعالیتش می گذرد و می خواهد به عنوان حامی اخلاق و آیین رفتار BICSc شناخته شود.

۳ - **عضویت آموزشی معتبر (ATM)**
 این عضویت نیز برای یک شرکت است و مانند عضویت شرکتی، آن ها از اخلاق و آیین رفتار BICSc حمایت می کنند، اما علاوه بر این، با سفر BICSc خود فراتر رفته و یک توانایی آموزشی در داخل شرکت ایجاد می کنند که می توانند کارکنان خود را آموزش داده و ارزیابی کنند. به نظر من این استاندارد طلایی عضویت است،

مؤسسه بریتانیایی علوم پاکسازی، آموزش بیش از ۴۰ مهارت نظافتی را ارائه می دهد که با مجوز فعالیت (LTP) شروع می شود و سه سال طول می کشد. اخذ مدرک تحصیلی برای هر کسی که در این صنعت کار می کند، لازم است. این آموزش ها را می توان به صورت مستقل انجام داد و نیازی به عضویت در BICSc ندارد. علاوه بر این، اگر می خواهید از یک سرپرست یا مدیر برای انجام آموزش های خود در خانه استفاده کنید، BICSc یک مدرک آموزشی معتبر ارائه می دهد. با این حال، اگر قرار است آموزش را خودتان انجام دهید، داوطلبان باید توسط یک ارزیاب دارای مجوز BICSc احراز هویت شوند. آموزش برای اغلب مهارت ها به صورت آنلاین در دسترس است و همه مهارت ها را می توان در یک محیط رودرو آموزش داد. در این مؤسسه مجموعه ای از دوره های آموزشی تخصصی تر برای سرپرستان و مدیران در قالب دوره های Cleanlogic ارائه می شود که فقط به صورت آنلاین در دسترس هستند. آموزش تنها چیزی نیست که BICSc ارائه می دهد. این





بهداشت و ایمنی در شرکت‌های نظافتی قرارداد

برخی از افراد ممکن است سلامتی و ایمنی را نفرین کنند. در جوانی از درختان بالا می‌رفتیم، در حین حرکت سوار بر اتوبوس‌ها و از آنها پیاده می‌شدیم، بدون کلاه ایمنی سوار دوچرخه می‌شدیم و پشت ماشین‌های پدر و مادرمان بدون کمربند ایمنی می‌نشستیم. امروز، اما همه چیز تغییر کرده است. برخی ممکن است حتی بگویند، بهداشت و ایمنی بیش از حد پیش رفته است، اما در کسب و کار، این چیزی است که ما جدی می‌گیریم و باید اطمینان حاصل کنیم که همه افراد در شرکت قوانین را می‌دانند.

نظافتی‌ها ممکن است از مواد شیمیایی یا ماشین‌آلات خاصی استفاده کنند که ممکن است به کاربر آسیب برساند. این وظیفه همه مشاغل است که اطمینان حاصل کنند کارکنان آنها به درستی آموزش دیده‌اند و از مقررات آگاه هستند. خطر آسیب می‌تواند از طریق آموزش و افزایش آگاهی به حداقل برسد تا اطمینان حاصل شود که کارکنان ایمن و عاری از خطر و آسیب هستند.

ارزیابی ریسک ارزیابی خطرات بهداشتی و ایمنی یک الزام قانونی است. این ارزیابی در اولین مرحله برنامه‌ریزی هر پروژه یا کار نظافتی در کنار چک‌لیست نظافت در نظر گرفته می‌شود. هدف از ارزیابی ریسک، شناسایی هر گونه خطری است که می‌تواند باعث آسیب شود. روش‌هایی را می‌توان به کار برد تا اطمینان حاصل شود که افراد درگیر، از مشکلات در محیط کار خود جلوگیری می‌کنند. سطح جزئیات در ارزیابی ریسک باید متناسب با ریسک باشد. خطرات جزئی مانند جایگزینی عطر در خوشبوکننده هوا را می‌توان در ارزیابی خطر نسبتاً آسان شناسایی کرد، با این حال، استفاده از ماشین‌آلات پیچیده مانند بالابرهای هیدرولیک برای تمیز کردن پنجره‌ها، تجهیزات شناور برای تمیز کردن پنجره در ارتفاع و غیره باید بسیار دقیق‌تر

معرض مواد خطرناک جلوگیری کرد:

- کشف خطرات سلامتی
- تصمیم‌گیری در مورد چگونگی جلوگیری از آسیب رساندن به سلامت (ارزیابی خطر)
- ارائه اقدامات کنترلی برای کاهش آسیب به سلامت اطمینان از استفاده از آنها
- حفظ تمام اقدامات کنترلی در شرایط کار خوب
- ارائه اطلاعات و آموزش برای کارکنان و دیگران
- ارائه نظارت و مراقبت بهداشتی در موارد مناسب
- برنامه‌ریزی برای شرایط اضطراری
- برچسب ظروف مواد را بخوانید و از خطرات احتمالی برای خود و دیگران آگاه شوید.
- از مواد شیمیایی فقط برای هدف مورد نظر خود و با رعایت روش‌های کاربردی ایمن استفاده کنید.
- استفاده از محصولات ایمنی صحیح به عنوان مثال دستکش، ماسک، عینک و لباس.
- مواد شیمیایی را مطابق با توصیه های سازنده نگهداری کنید.

PPE (تجهیزات حفاظت فردی)

- به کلیه کارکنان، تجهیزات حفاظتی مربوطه مانند دستکش، عینک، کفش ایمنی و ... در صورت لزوم ارائه می‌شود. مدیران تیم وظیفه دارند اطمینان حاصل کنند که PPE کافی برای نظافت‌چیان صادر می‌شود. کارکنانی که برای وظایف خاص آموزش دیده‌اند، مسئولیت‌های خود را یادآوری می‌کنند.
- PPE برای استفاده در محل کار و برای وظیفه‌ای است که به طور خاص برای آن ارائه شده است
 - یادآوری استفاده صحیح از PPE
 - بازرسی منظم از هر PPE ارائه شده
 - شیوه‌های کار ایمن

باشد، زیرا خطر بسیار بالاتر است.

بسیار مهم و حیاتی است که اطمینان حاصل شود همه کسانی که در ساختمان کار می‌کنند از ارزیابی ریسک و روش‌های انجام شده آگاه هستند. آن‌ها سطح ریسکی که ممکن است در حین کار در ساختمان در معرض آن قرار گیرند را شرح می‌دهند، گزارش های خطر و اقدامات مناسب لازم برای به حداقل رساندن خطر آسیب به خود و دیگران را در حین کار در محل شناسایی می‌کنند، تا خطر آسیب به خود و دیگران را حین عملیات در محل به حداقل برسانند.

کنترل مواد خطرناک برای سلامت (COSHH)

اکثر مشاغل از محصولاتی استفاده می‌کنند که مخلوطی از مواد هستند. این کار می‌تواند به کارکنان، پیمانکاران و سایر افراد آسیب برساند. با رعایت موارد زیر می‌توان از قرار گرفتن کارگران در

لغزش و سقوط

مردم باید بتوانند با خیال راحت در محل کار تردد کنند. لغزش و زمین خوردن از جمله شایع‌ترین علل آسیب‌های ناشی از کار هستند. مراجعه کنندگان نیز ممکن است در معرض خطر باشند، هم در داخل و هم در خارج از محل تحت کنترل شما.

مثلاً:

به عنوان بخشی از خدمات نظافتی که ارائه می‌کنیم، نظافت منظم سطوح کف انجام می‌شود. مخصوصاً در کف‌های جامد، هرگونه قرار گرفتن در معرض مایعات، خطر لغزش و سقوط را برای کارکنان نظافت و سایر افراد به شدت افزایش می‌دهد.

به عنوان بخشی از بهداشت و ایمنی و شیوه‌های کاری، کارکنان باید به وضوح علائمی را برای هشدار در مورد یک خطر احتمالی در محل نصب کنند تا خطر یک حادثه را به حداقل برسانند. کارکنان نظافت باید از کفش مناسب استفاده کنند. تا زمانی که طبقات تمیز، خشک و ایمن برای استفاده نیستند، تابلوها باید در جای خود باقی‌بمانند.

مایعات حجیم و عوامل آب دهی

خرید عمده مواد تمیزکننده برای اپراتورهای نظافتی تجاری رایج است. برای سهولت استفاده، مایعات را می‌توان در بطری‌های کوچک‌تر ریخت. برای اطمینان از رعایت بهداشت و ایمنی باید از برچسب شفاف استفاده شود. خواندن برچسب و توصیه‌های سازنده الزامی است.

خطرات تجهیزات برقی

علاوه بر آموزش کافی و آگاهی از بهداشت و ایمنی و شیوه‌های کاری خوب، این مسئولیت کاربر است که اطمینان حاصل کند که برای انجام وظیفه‌ای که به آن محول شده است مناسب است. هنگام استفاده از تجهیزات بالقوه خطرناک، رعایت این دستورالعمل‌ها بسیار مهم است.

- قبل از استفاده، بررسی‌های بصری برای اطمینان از سالم بودن تجهیزات را انجام دهید.
- سیم‌های برق، دوشاخه‌ها و سیم‌کشی را حتماً بررسی کنید
- هرگونه نقص یا نقص بصری را به رهبران یا مدیران تیم گزارش دهید.
- از ماشین‌آلات فقط برای هدف مورد نظر استفاده کنید.
- از استفاده از ماشین‌آلات در شرایطی فراتر از توصیه‌های سازنده خودداری کنید.
- تمام تجهیزات را پس از استفاده تمیز کنید.
- ماشین‌آلات را به صورت مکانیکی و بهداشتی نگهداری کنید. □

<https://soclean.co.uk>

پاک‌سازی و نظافت، شاه‌کلید «وجود» و «بقا»



مهندس مهدیه نصیری

طبق تعریف دکتر مایکل بری، لغت «تمیز» در خصوص محیطی عاری از مواد ناخواسته از جمله ترکیبات آلی فرار (VOCs)، گردوغبار، باکتری‌ها یا ویروس‌ها است. هر محیط می‌تواند شامل انواع سطوح (بر روی زمین یا اشیاء) یا هوا باشد. هنگامی که تمیزکردن به درستی انجام نشود، می‌تواند تأثیر منفی بر سلامت افراد داشته باشد.

دکتر مایکل بری در کتاب خود با عنوان «حفاظت از محیط‌های ساخته شده: پاک‌سازی برای سلامتی» (Protecting the Built Environment: Cleaning for Health)، موارد زیر را بیان می‌کند: «محیط پاکیزه، محیطی بهداشتی است. هنگامی که شرایط بهداشتی وجود دارد، اثرات نامطلوب بروی سلامتی افراد بعید به نظر می‌رسد. در واقع وقتی محیط‌ها به درستی نگهداری نمی‌شوند، دیر یا زود غیربهداشتی و آلوده خواهند شد.» همان‌طور که جوزف آلن و جان مکومبر در کتاب خود با عنوان «ساختمان‌های سالم: چگونه فضاهای داخلی عملکرد و بهره‌وری را افزایش می‌دهند» تأکید می‌کنند، تجهیزات تمیز کردن مانند جاروبرقی یک ابزار مراقبت بهداشتی است: «اگر به یک جاروبرقی چند صد دلاری به عنوان ابزاری برای پاک کردن انواع خوراکی‌ها مانند اسنک که توسط فرزندان روی زمین ریخته شده فکر می‌کنید، گران به نظر می‌رسد. اما اگر جاروبرقی را به عنوان ابزاری برای محافظت از خود و فرزندان، همین‌طور کارمندان و محیط‌های کاری در برابر مواد شیمیایی و آلرژن‌های موجود در گردوغبار در نظر بگیرید، سرمایه‌گذاری در یک جاروبرقی خوب، ارزان به نظر می‌رسد و ارزان نیز هست.»

■ کیفیت هوای داخلی (IAQ)

کیفیت هوای داخلی (Indoor Air Quality)، کیفیت هوای داخل و اطراف ساختمان‌ها و سازه‌ها است. IAQ بخشی از کیفیت محیط داخلی (Indoor Environmental Quality (IEQ)) همراه با سایر عواملی است که بر جنبه‌های فیزیکی و روانی زندگی در محیط‌های داخلی مانند خانه، ساختمان‌ها، مراکز تجاری، محل کار (به عنوان مثال: نوره، کیفیت بصری، آکوستیک و آسایش گرمایی محیط) تأثیر می‌گذارد.

آلودگی هوای داخلی یک خطر بزرگ برای سلامتی در کشورهای در حال توسعه است و معمولاً از آن به عنوان «آلودگی هوای خانگی» نام برده می‌شود. بیشتر مربوط به روش‌های پخت و پز و گرم کردن با سوزاندن سوخت

زیست توده، به شکل چوب، زغال چوب، سرگین و بقایای محصول، در محیط‌های داخلی است که فاقد تهویه مناسب است و میلیون‌ها نفر، عمدتاً زنان و کودکان، با خطرات جدی سلامتی روبرو هستند. در مجموع حدود سه میلیارد نفر در کشورهای در حال توسعه تحت تأثیر این مشکل قرار دارند. سازمان بهداشت جهانی (WHO) تخمین می‌زند که آلودگی هوای داخلی ناشی از پخت و پز باعث مرگ سالانه ۳/۸ میلیون نفر می‌شود. مطالعات جهانی بیماری، تعداد مرگ‌ومیرها در سال ۲۰۱۷ را ۱/۶ میلیون نفر تخمین زد.

مشخص شده که IAQ بر سلامت، راحتی و رفاه ساکنان ساختمان تأثیر می‌گذارد. کیفیت پایین هوای داخلی با سندرم ساختمان بیمار، کاهش بهره‌وری و اختلال در یادگیری در مدارس مرتبط است. IAQ از طریق جمع‌آوری نمونه‌های هوا، نظارت بر قرار گرفتن انسان در معرض آلاینده‌ها، تجزیه و تحلیل سطوح ساختمان و مدل‌سازی کامپیوتری جریان هوا در داخل ساختمان‌ها ارزیابی می‌شود. سخنرانان نخستین کنفرانس جهانی سازمان بهداشت جهانی (WHO) درباره آلودگی هوا و بهداشت، در مقر سازمان بهداشت جهانی که در ژنو سوئیس از ۱۳۰ اکتبر تا ۱ نوامبر سال ۲۰۱۸ برگزار شد، ضمن بررسی شواهد علمی در مورد آلودگی هوا و سلامت تأکید کردند که آلودگی هوا، هم به صورت خانگی و هم به صورت محیطی، سالیانه موجب مرگ حدود ۷ میلیون نفر می‌شود. از این میزان مرگ‌ومیر، ۵/۵ میلیون مرگ ناشی از بیماری‌های غیر مسری و ۱/۵ میلیون مرگ ناشی از ذات‌الریه است. بنابراین برای پیشگیری از بیماری‌ها و مرگ‌ومیرها نیاز مبرمی به افزایش واکنش‌های جهانی در برابر آلودگی هوا وجود دارد. تحقیقات نشان می‌دهد که آلودگی هوا در فضای داخلی ساختمان‌ها می‌تواند ۲ تا ۵ برابر بیشتر از آلودگی هوای باز باشد و تحت شرایط خاص این آلودگی می‌تواند به ۱۰۰ برابر هم برسد. از آنجایی که مردم به طور کلی بیش از ۸۰ تا ۹۰ درصد زمان خود را در فضای ساختمان‌ها سپری می‌کنند، کیفیت آلودگی هوای

■ پاک‌سازی و نظافت، شاه‌کلید «وجود» و «بقا»

پاک‌سازی و نظافت یک جنبه حیاتی است که یک جامعه مترقی، با فرهنگ و متمدن را از یک جامعه توسعه نیافته و غیرمتمدن متمایز می‌کند و این موضوع فقط به بهداشت شخصی محدود نمی‌شود، بلکه تمام جنبه‌های زندگی روزمره ما از جمله خانه، محل کار و محیط اطراف را نیز در بر می‌گیرد.

پاک‌سازی مهم است، زیرا محیط سالمی را ایجاد می‌کند که رفاه و رشد جسمی و ذهنی را تسهیل می‌کند؛ بنابراین نمی‌توان اهمیت فردی و جمعی آن را انکار کرد.

پاک‌سازی محیط زیست کلید وجود و بقای حیات در سیاره زمین است. حفظ محیط زیست پاک، آلودگی را کاهش می‌دهد. از گونه‌های در معرض خطر محافظت کرده و به حفظ منابع طبیعی زمین کمک می‌کند. در جامعه، وضعیت پاک‌سازی نشان‌دهنده طرز فکر ساکنان آن است. از منظر سازمانی، یک محل کار تمیز و مرتب در مقایسه با محل کار با سطوح پر از زباله، کسوف‌های شلوغ، میزهای انباشته و همه چیز به هم ریخته، کسب‌وکار سالم، رقابتی، رو به رشد و شکوفایی را به تصویر می‌کشد. نظافت در محل کار به دلایل زیادی از جمله موارد زیر ضروری است:

- یک محل کار پاکیزه، مرتب و سازمان یافته تأثیر مثبتی بر مشتریان می‌گذارد و این احساس را در آنها ایجاد می‌کند که سازمان با ایجاد محیطی دلپذیر و پاک، به مشتریان خود و سلامت و رفاه آنها نیز احترام می‌گذارد.
- تمیزی یک محل کار، کیفیت نیروی کار و میزان تعهد آنها را به مکانی که در آن حدود ۷ تا ۸ ساعت در روز، پنج روز در هفته را در آن سپری می‌کنند، تعیین می‌کند. وقتی کارمندان در یک فضای پاکیزه و منظم کار می‌کنند، می‌تواند روحیه و رضایت شغلی آنها را افزایش دهد. همچنین می‌تواند به کاهش استرس و اضطراب، بهبود تمرکز و بهره‌وری کمک کند.
- تمیز کردن منظم ایستگاه‌های کاری، دور نگه داشتن آنها

دکتر مایکل بری (Michael A. Berry) به عنوان یک افسر ارتش در ویتنام در سال‌های ۱۹۶۷ و ۱۹۶۸ خدمت کرد. پس از بازگشت به زندگی غیرنظامی، در سال ۱۹۷۲ به آژانس حفاظت از محیط زیست ایالات متحده پیوست و به مدت ۲۴ سال معاون مدیر مرکز ملی ارزیابی زیست محیطی در پارک تحقیقاتی Triangle، NC بود. بری بین سال‌های ۱۹۸۶ و ۱۹۹۱ برنامه تحقیقاتی هوای داخلی USEPA را مدیریت کرد. وی در سطح بین‌المللی به عنوان متخصص در موضوع کیفیت محیطی داخلی شناخته شده است. پس از بازنشستگی از EPA در سال ۱۹۹۸، طیف وسیعی از دوره‌های علوم زیست محیطی و مدیریت را در دانشگاه کارولینای شمالی تدریس کرد. او که اکنون بازنشسته شده است، علاقه حرفه‌ای به مدیریت محیط زیست و بهداشت عمومی دارد.



- از اشیاء زائد، از لغزش، زمین خوردن و صدمات جلوگیری می‌کند و می‌تواند باعث صرفه‌جویی در هزینه سازمان در مطالبات غرامت کارگران شود و تعداد روزهای کاری از دست رفته به دلیل صدمات را کاهش دهد. همچنین یک محل کار تمیز و بدون شلوغی می‌تواند خطر شکایت و دعاوی حقوقی از جانب کارکنان یا مشتریان آسیب‌دیده در محل را کاهش دهد.
- یک محل کار پاکیزه و سازمان یافته، کارایی و بهره‌وری کارکنان را بهبود می‌بخشد. وقتی کارمندان بدانند همه چیز کجاست و فضای کاری تمیزی داشته باشند، می‌توانند کارآمدتر کار کنند و وظایف را سریع‌تر به پایان برسانند. همچنین می‌تواند زمان صرف‌شده برای جستجوی اقلام گم شده یا نابجا را کاهش دهد که منجر به ناامیدی کمتر و تمرکز بیشتر بر روی کار انجام شده شود.
- پاکیزه نگهداشتن و نگهداری منظم محل کار همه چیز را مرتب نگه می‌دارد، در صورت بروز خرابی، عیب‌یابی را سریع‌تر می‌کند و میزان خطر در حوادث و خطرات پیش‌بینی نشده را کاهش می‌دهد. هرسازمان می‌تواند با انجام کارهای تعمیر و نگهداری و نظافت از خرابی‌ها و تعمیرات پرهزینه جلوگیری کند. همچنین می‌تواند با شناسایی خطرات احتمالی قبل از تبدیل شدن به یک مشکل، از حوادث و شرایط اضطراری جلوگیری کند.
- محل کار و زندگی پاکیزه، مرتب و منظم، سلامت روان را افزایش می‌دهد و ذهن را شاداب‌تر کرده و از طرفی محیط نامرتب و آلوده ساکنانش را خسته و بی حال می‌کند. هر سازمان با ایجاد فضای کاری پاکیزه، دلپذیر و سازمان یافته نشان می‌دهد که برای سلامت و رفاه کارکنان خود ارزش قائل است.
- پاک‌سازی و نظافت (به ویژه در محیط‌های عمومی و صنعتی) شاه‌کلید وجود و بقا حیات در سیاره زمین است. □





آیا شغل کارکنان نظافت با ظهور ربات‌ها به خطر می‌افتد؟!

کارکنان نباید از ماشین‌های تمیزکننده خودکار بترسند. من اخیراً در بیمارستانی در اسکاتلند بودم و برام جالب بود که دیدم آنها چندین ربات دارند که با الگوهای شیفی در زیرزمین ساختمان بیمارستان کار می‌کنند و لباس‌های شسته شده و زباله را حمل کرده و در عین حال لوازم را نیز تحویل می‌دهند. وقتی به یکی از همکارانی که در آنجا کار می‌کرد به ربات‌ها اشاره کردم، او گفت همه ربات‌ها نام‌هایی دارند که بچه‌های مدرسه محل روی آن‌ها گذاشته‌اند و حتی در پایان شیفت‌شان خود را به خواب می‌زنند، احتمالاً برای شارژ باتری‌هایشان.



دلیا کانینگز

می‌شوند و کارکنان نظافت را آزاد می‌کنند تا زمان بیشتری را به مناطقی که مهارت‌هایشان بیشتر مورد نیاز است اختصاص دهند.

انسان‌ها توانایی‌هایی دارند که در حال حاضر غیرقابل جایگزین هستند؛ مانند تصمیم‌گیری، خلاقیت یا مهارت ظریف دست. هنوز مناطق دشواری مانند شکاف‌ها، گوشه‌ها و برآمدگی‌ها وجود دارد که به نظر من، ربات‌ها نمی‌توانند به آن‌ها دسترسی پیدا کنند. ربات‌هایی که برای همکاری و کار در کنار انسان‌ها (کوبات‌ها) طراحی شده‌اند، به طور فزاینده‌ای محبوب هستند و کارکنان نظافت در حال یادگیری مدیریت هم‌تایان خود (کوبات‌ها) هستند.

اخیراً در هتلی که اقامت داشتم، بیرون از اتاق صدای بوق شنیدم و نمی‌توانستم منبع را شناسایی کنم. وقتی از اتاق خارج شدم، بیرون در یک ربات جاروبرقی بود که حداقل برای ۱۰ دقیقه گیر کرده بود، به همین دلیل صدای بوق شنیده می‌شد. بهره‌وری ربات در آن موقعیت به خطر افتاد. مزایا و معایبی وجود دارد که باید در نظر گرفته شود و قبل از سرمایه‌گذاری به صورت دقیق به آن فکر کرد. انتخاب‌های آگاهانه معمولاً به نتایج موفقیت‌آمیزی منجر می‌شود. □

www.britishcleaningcouncil.org

* رئیس شورای نظافت بریتانیا (BCC)

در طول همه‌گیری و پس از آن، عموم مردم خواستار اطمینان از استانداردهای بالای نظافت در فضاهای عمومی برای محافظت از آن‌ها در برابر ویروس بودند. کارکنان نظافت نقشی حیاتی ایفاء می‌کنند تا مردم را ایمن، سالم و خوب‌نگه دارند. بسیاری از کسب‌وکارها و سازمان‌ها با افزودن ربات‌ها و کوبات‌ها به تیم‌های نظافتی خود، این خواسته‌ها را برآورده کردند و امکان تمیز کردن مناطق بیشتری فراهم شد.

تقریباً در همان زمان، صنعت نظافت در پی برگزیت و قوانین مهاجرتی که در ژانویه ۲۰۲۱ وضع شد، با کمبود شدید کارکنان مواجه شد که کارکنان نظافتی را غیرماهر خطاب می‌کرد. بسیاری از کارکنان خارج از کشور که ما به آنها تکیه کردیم و نمی‌توانیم آن‌ها را با اتباع بریتانیایی که به طور سنتی به این بخش نپیوسته‌اند، جایگزین کنیم. بر اساس آخرین برآورد ما، ۲۲۵۰۰۰ جای خالی نظافت و بهداشت وجود داشت.

ما درخواست کمک مشابهی از رانندگان، قصابان و میوه فروشان دریافت کردیم، اما دولت کنونی گوش نمی‌دهد. ربات‌ها و کوبات‌ها برای پر کردن این شکاف‌ها در بازار کار مورد استفاده قرار می‌گیرند.

من نمی‌توانم روند استانداردهای بالاتر نظافت و کمبود پرسنل را به این زودی تغییر دهم، بنابراین کارکنان نظافت انسانی همچنان مورد نیاز خواهند بود. ربات‌ها عمدتاً برای انجام کارهای نظافت روزمره، تکراری و وقت‌گیر استفاده

به نظر می‌رسد تکنولوژی در زمینه ربات‌ها و کوبات‌ها به سرعت در حال پیشرفت است. برای دیدن ربات‌ها و ربات‌های تمیزکننده موجود باید از نمایشگاه نظافت که امسال در لندن برگزار می‌شود، دیدن کنید. من مطمئن هستم سال آینده در نمایشگاه نظافت شهر منچستر هم شاهد تعداد بیشتری از ربات‌های تمیزکننده خواهیم بود.

همه‌گیری COVID-19 علاقه به ربات‌های تمیزکننده و ضدعفونی‌کننده را افزایش داد. جالب است که قبل از همه‌گیری، نظافت توسط برخی به عنوان یک شغل کم‌خطر و کم‌مهارت در نظر گرفته می‌شد، سپس ناگهان تبدیل به شغلی شد که خطر قابل توجهی از ابتلا به عفونت را به همراه داشت. این عامل را با کمبود کارکنان ترکیب کنید به این نتیجه می‌رسید که ربات‌ها به دوستانی مهم تبدیل خواهند شد.

ماشین‌های تمیزکننده رباتیک مزایای عملی زیادی از جمله افزایش بهره‌وری، افزایش پایداری و کاهش خطر حوادث را ارائه می‌دهند.

همه موارد مذکور، این سؤال را در ذهن تمامی کارکنان نظافت ایجاد می‌کند که آیا شغل آن‌ها با ظهور ربات‌ها به خطر می‌افتد یا خیر. من باور ندارم که ربات‌ها مشاغل اکثر کارکنان نظافت بریتانیا را بر عهده بگیرند، البته نه در آینده نزدیک. همیشه نقشی برای پرسنل انسانی ماهر و حرفه‌ای وجود خواهد داشت.



با جدیدترین نوآوری برند Pacvac آشنا شوید: Ecoharness

جاروبرقی کوله‌پشتی

«پاواک» (Pacvac) به عنوان یک برند، با ادامه انتخاب رویکرد کاربرمحور برای فرآیند طراحی محصول، خود را از رقبا متمایز کرد.

در ۴۵ سال گذشته، آن‌ها بر اساس بازخورد مشتریان خود که عمدتاً نظافتچی حرفه‌ای هستند، تجهیزات نظافتی پیشرو در صنعت را طراحی و تولید کرده‌اند. بنابراین، در حالی که آن‌ها به توسعه طیف جاروهای کوله‌پشتی خود ادامه می‌دهند، متخصصان نظافت به «پاواک» گزارش دادند که تسمه آن‌ها به بهبودی نیاز دارد تا با استاندارد بالای ماشین‌های این برند مطابقت داشته باشد.

این فرصت باعث شد تا محصول جدید «پاواک» معرفی شود: Ecoharness محصولی راحت‌تر، حمایت‌کننده‌تر و مناسب‌تر که واقعاً برای افرادی طراحی شده که هر روز آن را حمل می‌کنند و به اهداف تمیز کردن خود می‌رسند.

یک سایز برای همه مناسب نیست، به همین دلیل تیم محصول «پاواک» یک سیستم تنظیم ارتفاع را در Ecoharness گنجانده است که به کاربر اجازه می‌دهد تا از بین سه تنظیم ارتفاع، یکی را انتخاب کند و موقعیت مکانی جاروبرقی در پشت خود را تغییر دهد تا راحت‌تر بتواند آن را حمل کند.

تسمه‌های تحمل بار، دستگاه را به پشت کاربر نزدیک‌تر می‌کند که در ترکیب با پوشش ضخیم فوق‌العاده و توری قابل تنفس، تجربه‌ای

حمایتی و لذت‌بخش را به کاربر داده، وزن را کاهش می‌دهد و جارو را حین تمیز کردن، خنک نگه می‌دارد. از دیگر مواردی که این تیم از زمان صرف‌شده برای تحقیق و آزمایش با دستگاه‌های نظافت توسعه دادند، می‌توان به نگهدارنده سیم جدید برای مرتب و ایمن نگه داشتن سیم‌ها و همچنین اطمینان از اینکه هیچ یک از این تغییرات، وزنی به قاب اضافه نمی‌کند، اشاره کرد. چیزی که مردم تا کنون در مورد Ecoharness بسیار شگفت‌زده شده‌اند، این واقعیت است که بدنه این دستگاه با استفاده از حداقل ۵۰ درصد پلی‌استر بازیافتی ساخته شده است.

تیم توسعه محصول «پاواک» به طور خستگی‌ناپذیر برای یافتن چنین مواد بازیافتی قابل توجهی، در خصوص کار با آن به عنوان بخشی از سفر پایدار خود تلاش کرده است که باعث شده آن‌ها مواد و شیوه‌های سازگارتر با محیط زیست را در کل مدل کسب‌وکار خود انتخاب کنند.

از بازخوردهای جمع‌آوری شده توسط گروه‌های تحقیقاتی، آنتیا باب، رئیس محصولات «پاواک»، معتقد است که این مهار، یک تغییر بازی در صنعت نظافت است. او می‌گوید: «نکته‌ای که در مورد توسعه محصول وجود دارد، این است که اغلب اوقات آن‌ها مبتنی بر عملکرد هستند؛ قدرتمندتر، مکش قوی‌تر، خروجی‌های سریع‌تر و...»

آنچه این توسعه محصول خاص را بسیار هیجان‌انگیز می‌کند، این است که در واقع مربوط به فردی است که از محصول استفاده می‌کند. ما واقعاً روی اولویت دادن به راحتی و پشتیبانی کاربر با مهارتی که مانند دستکش مناسب است، سرمایه‌گذاری کرده‌ایم.»

Ecoharness با دستگاه‌های جاروبرقی کوله‌پشتی Superpro, Superpro Go, Duo و Micron سازگار است. □

www.pacvac.com



تأثیر مثبت و مستقیم پاکیزگی محیط کار بر افزایش بهره‌وری کارکنان



دکتر عباس کیا

هنگام ارزیابی بهره‌وری کارکنان در موقعیت‌های کاری و پُرمشغله و سخت امروزی، عناصر متعددی در نظر گرفته می‌شود. اهمیت پاکیزگی از آن قبیل مواردی است که نمی‌بایست به هیچ وجه دست‌کم گرفته شود. حفظ یک فضای کاری تمیز و منظم، فراتر از زیباشناسی صرف بوده و ممکن است تأثیر قابل توجهی بر تمرکز کارکنان، بهره‌وری و رفاه این دسته از تلاشگران داشته باشد. در این مقاله تحلیلی، بر این خواهیم بود که عناصر پاکیزگی و پیامدهای مؤثر آن را بر بهره‌وری کارکنان مورد بررسی قرار دهیم.

■ تأثیر روانی پاکیزگی

یک فضای کاری و تمیز و مرتب، قدرت تغییر طرز تفکر کارکنان را به همراه دارد. در گام اول تأثیر بصری یک محیط بکر و منظم، به طور ناخودآگاه، نشانه نظم و انضباط آن محیط است که بی‌درنگ حس آرامش و کنترل را ایجاد و برانگیخته می‌کند و به کارکنان اجازه می‌دهد تا با تمرکز و دقت بیشتر به وظایف خود مشغول شوند. علاوه بر موارد فوق، فضای بدون درهم ریختگی، حواس پرتی را به شدت کاهش می‌دهد و باعث بهبود تمرکز و افزایش بهره‌وری کارکنان در طول روز می‌شود.

همچنین پاکیزگی ضمن ایجاد یک فضای هماهنگ، فرهنگ کاری مثبت را ترویج می‌کند که به صورت مستقیم باعث تشویق مشارکت و انگیزه کارکنان می‌شود. پس می‌توان اینگونه گفت که یک فضای کاری به انضمام زیبایی بصری و عاری از هرگونه آلاینده‌ی اعم از درهم ریختگی و... روحیه کلیه کارکنان را بهبود بخشیده و می‌تواند به نگرش مثبت آنها نسبت به انجام بهتر کارها، کمک شایانی داشته باشد که در نتیجه منتج به افزایش خلاقیت و بهبود بهره‌وری خواهد شد.

■ مزایای سلامتی یک محیط کار تمیز

علاوه بر ظاهر بیرونی، یک محل کار تمیز برای حفظ سلامت و رفاه کارکنان بسیار ضروری است. کاهش مؤثر میکروب‌ها، آلاینده‌ی‌ها و سایر موارد مشابه که ممکن است باعث بیماری شوند، با تمیز کردن و بکارگیری از متدهای نظافت معمولی، انجام می‌پذیرد. کاهش میزان غیبت، روزهای مرضی کمتر به صورت کاملاً طبیعی بهره‌وری بالاتری را به همراه دارد که نتیجه بکارگیری نیروهای کاری سالم خواهد بود. به عبارت دیگر از این زاویه نیز می‌توان به این مهم پرداخت که با بیماری یکی از

کارکنان، تأثیر روانی سرایت این مرضی به سایرین و ترس از این موضوع، خود نیز به تنهایی می‌تواند باعث کاهش تمرکز و بهره‌وری شود.

همچنین می‌توان اینگونه اذعان داشت، هنگامی که کارکنان از نظر جسمی خوب و سالم هستند، می‌توانند انرژی و تمرکز خود را به طور کامل به مسئولیت‌های محوله اختصاص دهند که در نتیجه کارایی و بازخورد را بهبود خواهد بخشید. علاوه بر این، یک محیط پاک و سالم، پیام مراقبت و اولویت داشتن این مهم را برای رفاه کارکنان منتقل و منتشر می‌کند که منجر به سطوح بالاتر رضایت شغلی و انگیزه کارکنان می‌شود.

پاکیزگی تأثیر عمیقی بر ادراک یک سازمان توسط ذینفعان خارجی دارد. هنگامی که مشتریان، بازدیدکنندگان و شرکای تجاری بالقوه وارد یک فضای کاری تمیز و مرتب می‌شوند، پیامی قوی از حرفه‌ای بودن و شایستگی را دریافت می‌کنند. با القای اعتماد و ایمان به مهارت‌های یک سازمان، یک فضای پاک به عنوان تصویری قابل مشاهده از تعهد آن مجموعه به کیفیت و توجه به جزئیات عمل می‌کند. علاوه بر این، یک محل کار مرتب، روحیه کارکنان را بالا می‌برد و یک محیط کاری حمایتی فراهم می‌کند که تشویق همکاری، خلاقیت و تولید را در پی خواهد داشت. به احتمال زیاد وقتی کارکنان از محیط کاری خود لذت می‌برند، احساس می‌کنند به بهترین شکل مشغول فعالیت‌های روزانه خود هستند و از هم الهام می‌گیرند تا باعث خلق نتایج برجسته‌ای باشند.

■ سازماندهی و کارایی

یک فضای کاری نامرتب و کثیف می‌تواند به طور قابل توجهی مانع از رشد بهره‌وری شده و جریان کاری را مختل کند. هنگامی که یک محیط کار از لحاظ فیزیکی آشفته باشد، کارکنان در یافتن اسناد، ابزارها و یا منابع لازم با چالش‌هایی مواجه می‌شوند که در نتیجه باعث اتلاف وقت و ناامیدی می‌شود و برعکس یک محیط کاری مرتب و منظم به کارکنان اجازه می‌دهد برای دسترسی سریع به آنچه که نیاز دارند، به راحتی دسترسی داشته باشند و یقیناً این فضا هم پویا خواهد بود و هم از راندمان کاری بالایی برخوردار خواهد بود. به عبارت دیگر با وجود هر چیز در جای تعیین شده خود، می‌توان به وظایف خود سریع‌تر و مؤثرتر پرداخت که این موضوع عیناً همان مفهوم افزایش بهره‌وری و رضایت شغلی را می‌رساند. پس یک فضای کاری سازمان یافته، حس کنترل و مدیریت را تقویت می‌کند و کارکنان را قادر می‌سازد تا با هدف و مسئولیت کار کنند.

■ تمیزی یک تأثیر مواج دارد

تأثیر فراگیر پاکیزگی، بسیار فراتر از تأثیر تک تک کارکنان است. همانگونه که قبلاً نیز اشاره کردم، مشتریان یک شرکت یا سازمان با شرکای تجاری مجموعه‌ها قطعاً در اولین برخوردها با یک فضای کاری، محیطی پاکیزه و مرتب و سرشار از نظم را در حافظه خود می‌سپارند و همانگونه که گفتیم این مهم نشان از تعهد شرکت و

سازمان به کیفیت، دقت و حرفه‌ای بودن است. پس چنانچه فضای کاری مرتب باشد، روحیه کارکنان بالا می‌رود و محیط دلچسب خواهد بود و در استمرار این اصل زمانی که کارکنان احساس ارزشمندی کنند، با مسیر موفقیت تیم همراه خواهند شد، خلاقانه فکر خواهند کرد و محیط کار به محیطی مثبت و سرشار از پویایی کار تیمی تبدیل می‌شود. پس نظافت نه تنها سرشار از منفعت برای افراد و کارکنان است، بلکه به صورت مستقیم بر عملکرد و گسترش کلی سازمان تأثیر مثبت دارد. این اثر پیوسته را به اثر موج تأثیر نظافت محیط بر بهبود عملکرد سازمان می‌شناسیم.

■ نتیجه گیری

تأکید بر اهمیت پاکیزگی در محیط کار، امری بسیار مهم و تأثیرگذار است. از تأثیر روانی آن گرفته تا مزایای سلامتی و تأثیر سازمانی. حفظ یک فضای کاری تمیز و سازمان یافته به طور مستقیم به بهره‌وری کارکنان کمک شایانی می‌کند. با سرمایه‌گذاری در بخش خدمات نظافتی، تأمین تجهیزات نظافتی صنعتی، جذب کارکنان خدماتی کارآمد می‌توان محیط کاری را به سرعت و به سادگی و با دقت بالایی تمیز کرد که نتیجه آن بالا رفتن حداکثری بهره‌وری می‌شود و تک‌تک کارکنان از این مهم سود خواهند برد. مضاف بر اینکه یک محیط کاری بی‌عیب و نقص علاوه بر افزایش بهره‌وری، مزیت برتری در کسب‌وکار را نیز به همراه خواهد داشت. □



لودویک و همراهانش پس از ۵۵ روز به ماریسی رسیدند

او و یارانش با اتیر در دست و با تحمل گرما و خستگی، مسیری طولانی را طی کردند تا تمام زباله‌هایی که در مسیرشان قرار داشت را جمع‌آوری کنند. حماسه‌ای که بیش از هر چیز، هدف آن افزایش آگاهی شهروندان از اقدامات سازگار با محیط زیست، به ویژه نگهداری و تفکیک زباله و مهم‌تر از همه رها نکردن آن در طبیعت است. لودویک هر روز در اکانت‌های TikTok و اینستاگرامش و برای افرادی که در سفر با آنها آشنا شده بود، ماجراهای خود و نتایج مجموعه‌اش را با زنگ می‌کرد. او چندین مرحله کلیدی در سفر مشخص کرده بود. به ویژه در مونتیلمار، زادگاهش. جایی که او با ژولین کورنیله، شهردار شهر و مدیر منطقه شرقی Citeo Frédéric Roux و ماریسی در ۲۴ سپتامبر (همزمان با پاپ) ملاقات کرد! در پایان این سفر ۵۵ روزه، بیش از ۱۴ تن زباله جمع‌آوری شده است. در ماریسی، لودویک برای ملاقات با شهروندان توانست طی یک عملیات پاک‌سازی که با چندین انجمن محلی سازماندهی شده بود، دربارهٔ پروژه خود صحبت کند و توانست آگاهی را در میان جمع زیادی از شهروندان ماریسی در طول مسیرهای جمع‌آوری زباله بین پارک بوری و پارک پاستر افزایش دهد.

www.europeanjournal.com
www.citeo.com

زباله جمع‌آوری کردند: «عموماً بسته‌بندی، بطری‌های پلاستیکی، پاکت‌های سیگار و... همه جا هستند. در جنگل فونتنبلو، ما نزدیک به ۱۵۰۰ قوطی نوشیدنی پیدا کردیم! مطمئناً انداختن آن‌ها در سطل زباله کار چندان بزرگی نیست.»
فرانسجیت که در مبارزه برای پاکیزگی و مراقبت از محیط زیست پرشور بود، بابت عبور از اورلی در نزدیکی پاریس شوکه شده بود: «ما بیش از ۱۴۰ کیلوگرم زباله در یک روز جمع‌آوری کردیم. این مایه شرمساری بود!»
اگر چه او یک سال پیش با پای پیاده پاریس را دور زد، اما به طور جدی خود را برای این پیاده‌روی طولانی تر به ماریسی آماده نکرده بود. او طی مسیر به چیز جدیدی فکر کرد: «در نظر دارم با همین هدف یک تور در فرانسه را با پای پیاده انجام دهم تا تمام زباله‌های در مسیر را جمع‌آوری کنم.»
این کار شامل چهار هزار کیلومتر پیاده‌روی است که در یک سال محقق می‌شود. اما برای انجام این کار، او باید سرمایه خود را افزایش دهد: «برای این سفر فکر می‌کنم باید حدود ۲۰ هزار یورو هزینه کنم.»
او تأکید کرد: «هر اتفاقی بیفتد، من تسلیم نخواهم شد.»
او برای سفر پاریس - ماریسی، از طرف چندین شرکت، از شهر پاریس و منطقه ایل دو فرانس حمایت شده بود. سفر فرانسجیت و تیمش ۵۵ روز طول کشید. در این مدت

او در حال حاضر ۳۰۰ هزار دنبال‌کننده دارد که دو نفر از آن‌ها همراه او در سفر به ماریسی بودند.
تونی، یک پیشخدمت ۲۲ ساله، گفت: «به لطف لودویک، به این نتیجه رسیدم که زباله‌های زیادی در کنار جاده یا در طبیعت وجود دارد. صادقانه بگویم، من هم عادت داشتم تکه‌های کاغذ را روی زمین می‌انداختم. بنابراین احساس گناه کردم. پیوستن به لودویک در این پروژه کمی شبیه به پیدا کردن بخشش بود.»
این تیم همچنین شامل پاتریک، راننده ون کمپ و ماکسیم، ۲۲ ساله بود که با فرانسجیت زباله جمع می‌کردند. لودویک که قصد داشت به تنهایی این مسیر را پیاده‌روی کند، گفت: «همراه شدن چند نفر در این سفر اصلاً برنامه‌ریزی نشده بود. اما بدیهی است که از کمک آن‌ها استقبال کردم که ما را قادر ساخت زباله‌های بیشتری را جمع‌آوری کنیم.»
فرانسجیت گفت: «در زمان عزیمت، آن‌ها در امتداد بزرگراه معروف Nationale 7 قدم زدند. با این حال، وقتی کمی بیش از حد خطرناک می‌شد، برنامه سفرمان را تغییر داده و در جاده‌های محلی به پیاده‌روی ادامه می‌دادیم. ترافیک در آنجا کم‌تر بود.»
فرانسجیت و دو همکارش که به رول‌های سطل زباله و زباله جمع‌کن مجهز بودند، در چند روز اول حدود ۲/۶ تن



از پاریس تا ماریسی با لودویک و همراهانش

پیاده‌روی برای مبارزه با زباله!

لودویک فرانسجیت نظافتچی خیابانی پاریس که از رهاکردن زباله روی زمین در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ خسته شده بود، توسط اکانت خود در TikTok این پیام را منتشر کرد: «زباله‌های خود را در سطل زباله قرار دهید.»
این مرد ۴۵ ساله با ویدئوهای تایم لپسی که در آن انبوهی از زباله‌ها را جارو می‌کند، می‌رقصد و از مردم درخواست می‌کند تا کره زمین را تمیز نگه دارند، به یکی از محبوب‌ترین چهره‌های شبکه اجتماعی در فرانسه تبدیل شد.

می‌کرد. این سفر ۸۰۰ کیلومتری در اول ماه آگوست از مقابل کلیسای نوتردام شروع شد و اواخر سپتامبر در یک ساحل محلی در ماریسی به پایان رسید.
هدف فرانسجیت همان هدفی بود که در پاریس در سر می‌پروراند: جمع‌آوری هر چه بیشتر زباله و مهم‌تر از همه، آگاه ساختن مردم نسبت به اصلاح طرز فکرشان در رابطه با زباله.
«قصد داشتم مردم مرا درک کنند و بدانند که قراردادن زباله در سطل زباله کار چندان سختی نیست. هر کسی می‌تواند این کار را انجام دهد. این اقدام باید عادی شود.»
این مرد ۴۷ ساله می‌گوید: «ویدئوهای آموزشی‌ام در رسانه‌های اجتماعی سر و صدای زیادی ایجاد کرده است.»

در دوران کرونا، غذا خوردن در رستوران‌ها و کافه‌ها ممنوع شد، بنابراین بسیاری از مردم غذای آماده دریافت می‌کردند که این امر منجر به افزایش حجم زباله در خیابان و کار بیشتر برای فرانسجیت شده بود.
او زمانی اکانت خود در TikTok را فعال کرد که متوجه شد که فقط جمع‌کردن زباله کافی نیست و او باید به جوانان در مورد وظایف مدنی خود آموزش دهد.
لودویک فرانسجیت پس از کسب شهرت در TikTok، ماجراجویی جدیدی را به ثبت رساند. او که در ماه آگوست سال گذشته اقدام به تمیز کردن خیابان‌های پاریس کرده بود، چالش جدیدش شامل پیاده‌روی از پاریس تا ماریسی و جمع‌آوری تمام زباله‌هایی بود که در طول مسیر پیدا

لودویک تا این حد به شهرت رسید که یک روز وقتی با جارو و گاری دستی خود در اطراف منطقه Les Halles در مرکز پاریس کار می‌کرد، یک مرد جوان در حال صرف ناهار در فست‌فود به سمت او آمد و پرسید: «آیا شما آن مرد معروف TikTok هستید؟»
فرانسجیت از ۷ سالگی ته سیگار را از مهمانی‌های خانوادگی در باغ و کیسه‌های کاغذی را از خیابان‌ها بر می‌داشت و نظافت برایش از اهمیت فراوانی برخوردار بود.
او قبلاً به عنوان مراقب بیماران سرطانی و بزرگسالان اوتیسم کار کرده است. او می‌گوید جمع‌آوری زباله دعوت واقعی اوست. او به رویترز گفت: «رؤیای من ساده است، داشتن یک سیاره تمیز.»

معرفی ابزار و گجت‌های نظافتی

از تصفیه کننده هوای بی صدا تا لیوان شوی ۳۶۰ درجه

پارچه پاک کننده آرایش

پارچه پاک کننده آرایش بدون دردسر و بدون نیاز به پاک کننده مخصوص آرایش یا مواد شیمیایی دیگر.

ویژگی‌ها:

- قابل شست و شو و استفاده مجدد، ۱۲ در ۱۲ سانتی متر.
- پاک کردن آرایش بدون آسیب رساندن.
- ساخته شده از مواد میکروفیبر.
- ضد حساسیت و مناسب برای انواع پوست.



خمیر پاک کننده همه منظوره

مانند یک معجزه عمل می‌کند! این خمیر، تمیز کردن را آسان کرده است. در حالی که در زمان، فضا و هزینه شما صرفه جویی می‌کند، بسیار بیشتر از هر ماده شوینده مایع دیگری دوام می‌آورد.

ویژگی‌ها:

- مناسب برای تمامی سطوح.
- مورد استفاده برای اجاق گاز، کف آشپزخانه، فلز، سرامیک، چینی، سنگ مرمر، چوب، ظروف نقره، جواهرات، درهای شیشه‌ای، درهای فایبرگلاس، اجاق گاز شیشه‌ای، رومیزی، توالت، سینک، وان حمام، چرخ ماشین، فولاد ضد زنگ.
- بدون ایجاد خط و خش.
- این خمیر هیچ خراش یا رگه‌ای باقی نمی‌گذارد. فوراً کار می‌کند. لکه‌ها را از زنگ زدگی، اثر خودکار، اثر مدادرنگی و رنگ پاک می‌کند.



خوشبو کننده زلهای توالت فرنگی

این رایحه گل منحصر بفرد به طور خودکار توالت فرنگی منزل شما را با رایحه‌ای باطراوت در هر بار شست و شو پُر می‌کند.

روتین روزانه خود را با این رایحه عجیب و غریب تلفیق کرده و توالت فرنگی خود را به یک پناهگاه گرمسیری و دلپذیر تبدیل کنید تا تأثیر ماندگاری بر مهمانان شما بگذارد.

ویژگی‌ها:

- ماندگاری طولانی با مجموع ۳۲ مَهر ژله‌ای
- دارای مَهرهای ژل کافی برای ماندگاری کل سال!
- عالی برای استفاده روزانه عالی.
- قابل حل شدن در آب و عدم باقی گذاشتن هیچ ردی در توالت فرنگی.



لیوان شوی ۳۶۰ درجه

فنجان یا لیوان را روی نازل لیوان شوی سینک قرار داده، کف لیوان را به آرامی فشار دهید. دهانه و داخل فنجان یا لیوان در سریع‌ترین زمان ممکن تمیز می‌شود. این لیوان شوی دارای یک دیسک در پایین است و زاویه شیب آن به تخلیه کمک می‌کند، به همین دلیل لازم نیست زیر بدنه را تمیز کنید.

ویژگی‌ها:

- دارای ۱۰ خروجی آب.
- قابلیت چرخش ۳۶۰ درجه به صورت عمودی، افقی و کج شدن همزمان برای پاشش آب.
- دارای واشر شیشه‌ای میله‌ای با کیفیت و بادوام، ساخته شده از فولاد ضد زنگ ۳۰۴ و برنج.
- ساخته شده از پد سیلیکونی سازگار با محیط زیست جهت جلوگیری از شکستن لیوان‌ها و فنجان‌ها.
- امکان چرخش طولانی مدت نازل.
- صرفه جویی در زمان خیساندن و شست و شو.



کیت تمیز کننده ۷ در ۱ وسایل الکترونیکی

این کیت ۷ کاره پکیج کاملی از ابزار تمیز کننده مناسب و استاندارد برای ایرپاد، لنز دوربین، موبایل، کیبورد، لپ‌تاپ، مانیتور و... است. این کیت شامل اسفنج دسته‌دار، نوک پلاستیکی، کلیدکش ساده، برس با تراکم بالا، پارچه تمیز کننده جیر و اسپری محلول پاک کننده صفحه نمایش است.

ویژگی‌ها:

- با ساختار پلاستیکی، وزن نسبتاً کمی دارد.
- اسفنج دسته‌دار می‌تواند گردوغبار موجود در کیس هندزفری بی‌سیم را تمیز کند.
- برس با تراکم بالا می‌تواند روی سوراخ صدای گوشی را تمیز کند.
- پارچه تمیز کننده جیر می‌تواند صفحه نمایش کامپیوتر (مونیتور) را تمیز کند.
- برس نایلونی مخصوص که به صفحه کلید آسیب نمی‌رساند.
- با یک کلیدکش ساده، می‌توانید صفحه کیبورد و کلیدها را به راحتی تمیز کنید.



تصفیه کننده هوای بی صدا با فیلتر HEPA

این تصفیه کننده هوا با فناوری یون پلاسما، فضاهایی تا مساحت ۲۰۰ مترمربع را پوشش می‌دهد.

ویژگی‌ها:

- دارای فیلتر HEPA-13. این فیلتر تا ۱۲ ماه می‌تواند دوام بیاورد.
- ۹۷/۹۹ درصد از گردوغبار و سایر ناخالصی‌های بسیار ریز را جذب می‌کند.
- مجهز به فناوری یون پلاسما که یون‌های مثبت و منفی را در هوا پخش می‌کند و به شما امکان می‌دهد نفس راحتی بکشید.
- به طور خودکار کیفیت هوا را حس می‌کند و سرعت فن را با توجه به کیفیت تشخیص داده شده، تنظیم می‌کند. خوانش دیجیتال، درصد کیفیت هوا و رنگ نوار نور کیفیت هوا را با سه رنگ سفید (خوب)، نارنجی (متوسط) و قرمز (ضعیف) دسته‌بندی می‌کند. دستگاه تنظیم می‌شود تا به حالت خوب (سفید) برگردد.
- لایه فیلتر کربن فعال به کاهش بوی نامطبوع کمک می‌کند و فضای اتاق شما را تازه می‌نماید.



چنگک شن و ماسه

چنگک شن و ماسه از جنس استیل با دنده‌های تیز، دسته جداشدنی ۴۷ اینچی، تاشو با سطل پلاستیکی و کیسه ساحلی مشبک شن و ماسه.

ویژگی‌ها:

- اندازه مناسب برای حمل و نگهداری آسان.
- ساخته شده از مواد فولادی ضد زنگ. قوی و مقاوم در برابر سایش، شکستگی، خوردگی یا زنگ‌زدگی.
- مقاوم در شرایط آب و هوایی خاص.
- دارای دستگیره بدون لغزش و دسته قابل جدا شدن.
- دارای لبه‌های صاف برای عمق حفاری بالا و صرفه‌جویی در زمان.
- مناسب برای سواحل، دریاچه‌ها، برکه‌ها و تالاب‌ها.



سورتمه حذف کننده برف از سقف شیب‌دار

با این ابزار، برف را به راحتی از روی سقف شیب‌دار حذف کنید، تا یک تن برف را فقط در عرض چند دقیقه از بین ببرد. این ابزار، ضمن محافظت از سقف، از ایجاد سدهای یخی نیز جلوگیری می‌کند.

ویژگی‌ها:

- ساخته شده از نایلون مرغوب بادوام برای استفاده به مدت طولانی.
- ساخته شده از آلومینیوم با چگالی بالا، بادوام، غیرقابل تغییر شکل. آسان برای حمل و نقل.
- تیغه‌های پهن، لوله‌های ۵ قطعه‌ای و دسته‌های ضد لغزش TPE، مناسب برای پاک‌سازی برف و برگ‌های مرطوب روی سقف.
- ابزاری ایده‌آل برای از بین بردن برگ‌های مرطوب و سایر زباله‌های روی سقف.
- سبک وزن. کل کیت تقریباً حدود ۵ کیلوگرم.
- دسته تلسکوپی فایبرگلاس ۴۰ سانتی‌متری در چهار قطعه.
- سیستم کوپلر Snap-on برای ذخیره‌سازی آسان.
- مونتاژ آسان، بدون نیاز به ابزار!



ربات تمیز کننده پنجره

ربات شیشه پاک‌کن هوشمند X6، مناسب برای تمیز کردن شیشه ساختمان‌های بلند داخلی/خارجی بدون نیاز به ریسک بالا رفتن از نردبان‌های خطرناک. علاوه بر این، ربات را می‌توان به صورت دستی برای تمیز کردن در ۳ حالت استفاده کرد. با دو چرخ برای عبور آزادانه روی سطح پنجره یا سطح دیوار.

ویژگی‌ها:

- مکش عمودی قوی. از فناوری موتور جاروبرقی آلمانی در آن استفاده شده که به ربات کمک می‌کند هوا را بمکد و روی سطح شیشه‌ای بایستد.
- با بهره‌گیری از فناوری هوش مصنوعی، قاب‌ها و موانع را تشخیص می‌دهد. محاسبه و برنامه‌ریزی برای پیدا کردن مسیر بهینه تمیز کردن برای بازدهی حداکثری.
- دارای طناب ایمنی ۴ متری برای جلوگیری از افتادن ربات در صورت قطع برق یا قطع مکش.
- این ربات در صورت قطع برق ۲۵ دقیقه کار می‌کند.



دستگاه تمیز کننده میوه و سبزیجات

استفاده از این دستگاه بسیار آسان است. کافی است آن را داخل محفظه‌ای که پر از آب است و میوه‌ها در آن قرار دارند، بگذارید. سپس آن را روشن کنید و اجازه دهید به مدت ۱۰ دقیقه در آب بماند تا مراحل تمیز کاری کامل انجام شود، بدون هیچ گونه عملیات دیگری می‌توانید از میوه‌ها و سبزیجات سالم لذت ببرید. پس از هر عملیات تمیز کاری، پوشش بالایی این دستگاه را می‌توان به راحتی برای تمیز کردن عمیق جدا کرد و عملکرد بهداشتی و قابل اطمینان را تضمین کرد.

ویژگی‌ها:

- برای مدت طولانی، ایمن و پایدار، بدون صدا و بدون تداخل در هنگام استفاده، کار می‌کند.
- فناوری تصفیه عمیق، تجربه غذایی سالم‌تر برای شما و خانواده‌تان.
- قابل حمل شارژی.
- پاک‌کننده میوه داخل آب دارای استاندارد IPX7.
- ضد آب
- ایده‌آل برای استفاده در فضای باز در دورهمی‌های خانوادگی و دوستانه.



دستگاه شارژی شست و شوی دهان و دندان

این دستگاه تمیز کننده دهان و دندان، جدیدترین محصولی است که این روزها در هر خانه‌ای لازم است. کار این دستگاه پاک‌سازی عمیق دندان‌ها، سفید کردن و بهبود سلامت لثه‌ها است. این دستگاه با پالس‌های قوی آب (۱۸۰۰ بار در دقیقه) تمیز می‌کند تا کوچکترین ذرات بین دندان‌ها را از بین ببرد و فشار ملایم ۱۴۰۰ بار در دقیقه را برای تمیز کردن ارائه می‌دهد. هنگامی که برای اولین بار از شست و شوی دندان استفاده می‌کنید، باید حالت ملایم را انتخاب کنید. این دستگاه با باتری لیتیومی قدرتمند بسیار با محیط زیست سازگار است.

ویژگی‌ها:

- قابل شارژ USB با طیف گسترده‌ای از تجهیزات شارژ.
- در ۴ ساعت شارژ می‌شود و حدود سه هفته به طور مداوم قابل استفاده است.
- قابل حمل و مناسب برای مسافرت.
- ضد آب IPX7.
- دارای نخ دندان ۳ حالتی خانگی.
- دارای ۴ سری برای بريس و سفید کردن دندان.



پد پا

شامل ۶۰ پد برای خواب بهتر و تسکین استرس. ترکیبی عالی از سرکه طبیعی خالص بامبو و پودر زنجبیل برای مراقبت از پا و بدن. این پدها از آنجا که از مواد طبیعی ساخته شده، برای طیف وسیعی از افراد سودمند است.

ویژگی‌ها:

- قابل استفاده هنگام خواب. کیفیت خواب را بهبود می‌بخشد و برای خواب عمیق مناسب است.
- گردش خون را تقویت می‌کند و در طول شب به پاهای شما گرما می‌دهد.
- پاهای شما را لایه‌برداری کرده و کف پای شما را صاف‌تر و گرم‌تر می‌کند.
- خستگی را از بین می‌برد و پس از یک روز کاری طولانی به شما استراحت و تسکین می‌دهد.
- کمک به خلاص شدن از رطوبت و سرما، بهبود گردش خون با پدهای تصفیه کننده.



از «مدیر بی‌عنوان» تا «بازی بی‌نهایت»

در این شماره، به معرفی شش کتاب پرداختیم: «مدیر بی‌عنوان»، رابین شارما، روش‌های مدیریتی را در قالب داستان ارائه می‌دهد. «آیین دوست‌یابی»، دیل کارنگی در شش بخش از پیدا کردن یک دوست خوب که نیاز اساسی همه است گفته. «قوی سیاه»، نسیم نیکلاس طالب به تأثیر رویدادهایی که وقوع شان را محال می‌پنداشتیم، می‌پردازد. در «بازی بی‌نهایت» سایمون سینک با ارائهٔ مثال‌های بسیار متنوع، نشان می‌دهد که بازیکنان نامحدود، در هر حوزه‌ای، چطور رقبایشان را از میدان به در می‌کنند. «از صفر به یک»، پیتر تیل و بلیک مسترز از خلاقیت می‌گویند و از شرکت‌هایی که می‌توانند از صفر، یک بسازند. «این مدیر است»، جیم کلیفتون و جیم هارتر از ویژگی‌های مدیران و رهبران تیم‌های بزرگ که بزرگ‌ترین عامل موفقیت هر سازمانی است، می‌گویند.



مدیر بی‌عنوان

شما هم می‌توانید خارق‌العاده باشید و زندگی خود را سامان ببخشید

- نویسنده: رابین شارما
- مترجم: مصطفی افتخاری
- انتشارات: حنیفا

«مدیر بی‌عنوان»، روش‌های مدیریتی را در قالب داستان به شما ارائه می‌دهد و کمک می‌کند تا از نظر نوآوری، کارایی و مشتری‌مداری به سطح جدیدی برسید. با استفاده از سیستم مدیریت و راهبردی که رابین شارما در این کتاب آموزش می‌دهد، نتایج شگفتی را در کار خود تجربه می‌کنید و می‌توانید به سطح خوبی از مدیریت دست پیدا کنید.

هر یک از شما با استعداد فراوان متولد می‌شوید و شارما باوری را فاش می‌کند که مانند زالو به شما می‌چسبد و دائم از شما تغذیه می‌کند. خیلی‌ها باور دارند که افراد خاص، استعدادی خاص دارند و خودشان معمولی هستند و از این ویژگی برخوردار نیستند. اما بدانید شما هم می‌توانید خارق‌العاده باشید و زندگی خود را سامان ببخشید. این کتاب حاوی آموزش‌هایی است که به مرور با ایجاد شوقی در شما به یاری‌تان خواهد آمد. 📖



آیین دوست‌یابی

حق مسلم همهٔ انسان‌هاست که دوست بدارند و دوست داشته شوند

- نویسنده: دیل کارنگی
- مترجم: فرشته پرنیان
- انتشارات: هورمزد

این کتاب در رتبهٔ نوزدهم از صد کتاب تأثیرگذار در سال ۲۰۱۱ قرار دارد. نویسنده، متوجه بوده افرادی که در کار خود موفق هستند، لزوماً علم بالایی ندارند، بلکه روابط عمومی بالایی دارند. پیدا کردن یک دوست خوب برای همه یک نیاز اساسی است. مهم‌تر از این، حق مسلم همهٔ انسان‌هاست که دوست بدارند و دوست داشته شوند.

این کتاب ۶ بخش دارد:

۱) «اصول اساسی رفتار با مردم» (۲) «شش راه برای کسب محبوبیت» (۳) «دوازده شیوه برای آن که دیگران را با خود همراه سازید» (۴) «نه روش برای همراه ساختن دیگران با خود بدون آن که رنجیده خاطر یا خشمگین شوند» (۵) «چند نامه معجزه‌آمیز». در این بخش، نامه‌هایی گذاشته شده تا خوانندگان بتوانند تغییرات ایجاد شده در روابط را حس کنند (۶) «هفت توصیهٔ مهم برای نیکبختی اعضای خانواده». 📖



قوی سیاه

پیشگیری از پیش‌بینی و مقاوم شدن در برابر شکست و رویدادهای منفی

- نویسنده: نسیم نیکلاس طالب
- مترجم: محمد ابراهیم محجوب
- انتشارات: آریانا قلم

این کتاب به تأثیر رویدادهایی که وقوع‌شان را محال می‌پنداشتیم، می‌پردازد. موضوع محوری کتاب «قوی سیاه» پیشگیری از پیش‌بینی و مقاوم شدن در برابر شکست و رویدادهای منفی است. این کتاب برای ۳۶ هفته در فهرست کتاب‌های پر فروش نیویورک تایمز قرار داشت. مردم دنیای کهن بی‌چون و چرا باور داشتند هر قویی سفید است چون تجربیات آن‌ها پیوسته این باور را تأیید می‌کرد. دیدن نخستین قوی سیاه برای چند پرنده‌شناس باید شگفتی جالبی بوده باشد؛ اما اهمیت داستان در این نیست. اهمیت داستان در این است که شکنندگی دانش ما را نمایان می‌کند و نشان می‌دهد آموختن ما از تجربیات و مشاهدات با چه محدودیت‌های شدیدی روبه‌روست. تنها یک مشاهده کافی است تا گزاره‌ای کلی که دست‌آورد هزاران سال تماشای میلیون‌ها قوی سفید است بی‌اعتبار شود، تنها با دیدن یک قوی سیاه. 📖



بازی بی‌نهایت

چگونه در یک بازی که هیچ خط پایانی ندارد، روبه پیشرفت باشید و دوام بیاورید؟

- نویسنده: سایمون سینک
- مترجم: تیم ترجمه
- انتشارات: نوین

سرگرمی‌هایی به عنوان بازی انجام می‌دهیم، از آنجا که در نهایت به پایان می‌رسند و می‌توان در آنها برنده شد، هیچ‌گاه جذابیت خود را از دست نمی‌دهند. وقتی پایان مسیر برای ما مشخص است انگار نوعی برنامه‌ریزی ذهنی برای آن اتفاق داریم. اما امور دیگر زندگی این‌گونه نیستند.

به‌عنوان مثال کسب‌وکار شخصی به‌شدت غیرقابل پیش‌بینی و همراه با تلاطم‌هایی است که نه‌تنها از دست و اختیار ما خارج است که گاه حتی در مخیله‌مان هم نمی‌گنجد که چنان اتفاقی ممکن است پیش روی ما باشد. نویسنده با همین تفکر این کتاب را نوشته است. او در مواجهه با سؤال «چگونه در یک بازی که هیچ خط پایانی ندارد، روبه پیشرفت باشیم و دوام بیاوریم؟» پاسخ داده و در حوزه مدیریت کسب‌وکار به شرح این موضوع پرداخته و انعطاف‌پذیری و پذیرش بالای افراد را کلید موفقیت آن‌ها برمی‌شمرد.

در کتاب «بازی بی‌نهایت»، کسانی برای مدتی طولانی دوام می‌آورند که با قوانین نامحدود بازی می‌کنند. آن‌ها کارهایی انجام می‌دهند که باعث شود تا نوآورتر، منعطف‌تر و پایدارتر از رقبای باشند.

سایمون سینک با ارائهٔ مثال‌های بسیار متنوع، نشان می‌دهد که بازیکنان نامحدود، در هر حوزه‌ای، چطور رقبایشان را از میدان به در می‌کنند و چطور برای مدت زمانی طولانی در بازی می‌مانند و سازمان‌هایی بسیار قوی می‌سازند، آنقدر قوی که از پس هر طوفانی بر بیایند. 📖



از صفر به یک

نکاتی دربارهٔ شرکت‌های نوپا و نقش آن‌ها در ساخت آینده

- نویسنده: پیتر تیل و بلیک مسترز
- مترجم: بهمن فروزنده
- انتشارات: آموخته

این کتاب از شرکت‌هایی می‌گوید که می‌توانند از صفر، یک بسازند. در اصل از خلاقیت می‌گوید. از این جهت که همهٔ انسان‌ها به دنبال شغلی می‌گردند که آن‌ها را ثروتمند کند و به همین دلیل به دنبال خلق چیز تازه نیستند. اما نویسندگان معتقدند برای موفقیت، لازم است طور دیگری فکر کنیم. ایده‌های خلاقانه داشته باشیم و به دنبال ساختن چیزهای جدید باشیم. دنیای ما به کسانی که مقلد هستند، احتیاجی ندارد بلکه به کسانی احتیاج دارد که غیرعادی فکر می‌کنند و برای عملی کردن ایده‌هایشان دست از تلاش کردن برنمی‌دارند. این کتاب نکاتی درباره شرکت‌های نوپا و نقش آن‌ها در ساخت آینده بیان می‌کند که به شما مدیران کمک می‌کند تا زندگی متفاوتی برای خود بسازید و دنیا را تغییر دهید.

در کتاب، سؤالی هوشمندانه برای مصاحبه با افراد متقاضی کار مطرح شده «چه حقیقت مهمی رو قبول داری که خیلی‌ها قبولش ندارند؟»

به نظر پاسخ این پرسش ساده است. ولی، این طور نیست. پاسخ دادن به این پرسش به لحاظ نظری دشوار است، چون همه قبول دارند دانشی که در مدرسه می‌آموزیم، اثبات شده و مسلم است و بیشتر آدم‌ها فقط به آن دانش دسترسی داشته‌اند. پاسخ این پرسش از نظر روان‌شناختی هم دشوار است، چون هر کسی می‌داند پاسخی که می‌خواهد بگوید طرفدار چندانی ندارد. کمتر کسی تفکر خلاق دارد، ولی شجاعت از تفکر خلاق هم کمیاب‌تر است. 📖



این مدیر است

مدیرعامل‌ها و مدیران ارشد منابع انسانی دقیقاً چه چیزی را باید تغییر دهند؟

- نویسنده: جیم کلیفتون و جیم هارتر
- مترجم: حوا میرمحمدیان
- انتشارات: ازدهای طلایی

جیم کلیفتون یکی از نویسندگان این کتاب، مدیرعامل و رئیس هیئت‌مدیره مؤسسه گالوپ است که بزرگ‌ترین مؤسسهٔ نظرسنجی در جهان به حساب می‌آید. این کتاب از دل پژوهش‌ها و نظرسنجی‌های مختلف این شرکت به دست آمده و در واقع پنجاه‌و دو کشف مهم گالوپ در خصوص شیوه‌های مدیریتی است.

بر اساس یافته‌های گالوپ، محیط کار در سراسر جهان دستخوش تغییرات تاریخی مهمی شده است. با این حال، دهه‌هاست که شیوه‌های مدیریتی هیچ تغییری نکرده‌اند. با توجه به تغییرات مهمی که در محیط کارهای جدید رخ داده است، مدیریت سازمان‌ها نیز باید متناسب با آن تغییر کند. با ایجاد این تغییرات می‌توان در نهایت پتانسیل نیروی انسانی سازمان‌ها را نیز افزایش داد. در واقع شیوهٔ مدیریتی مدیرعاملان و مدیران منابع انسانی است که پویایی به بار می‌آورد.

این کتاب بیش از پنجاه نکتهٔ مهم را که در پنج بخش دسته‌بندی شده‌اند، شامل می‌شود: راهبرد، فرهنگ، برند شغلی، رئیس تامرپی و آینده کاری.

تمام شرکت‌ها در مسیرشان در مراحل متفاوتی هستند. سازمان شما شاید به بخشی از این موضوعات رسیدگی کرده باشد اما هنوز با مسائل دیگری دست و پنجه نرم می‌کند. بنابراین، پاسخ بزرگ‌ترین و مهم‌ترین مسائلتان را در این فصل‌ها پیدا می‌کنید. در حین خواندن این کتاب، در نظر داشته باشید که ویژگی‌های مدیران و رهبران تیم، بزرگ‌ترین عامل موفقیت سازمان شماست. 📖

شوینده‌های تخصصی

مناسب انواع سطوح

سنگ | سرامیک | اپوکسی | و ...

سازگار با انواع مکانیزم‌های نظافتی نظیر

اسکرابر | واترجت | و ...



تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ولیعصر
کوچه دانش کیان، پلاک ۱۷، ساختمان ابراهیم
تلفن: ۰۲۱-۸۷۱۸۴ فکس: ۰۲۱-۸۷۱۸۵۱۱۵
تلفن همراه: ۰۹۱۲-۸۷۱۸۴۰۰

info@ebrahimco.com
www.ebrahimco.com

ابراهیم

راهکارهای نظافت صنعتی

سپهر سپید ایرانیان
Sepehr Sepid Iranian



شرکت سپهر سپید ایرانیان

تامین کننده نیروهای نظافتی و حراستی
مجتمع های اداری-تجاری و مسکونی
و انجام فعالیت های مختلف بر روی
نمای ساختمان با بکارگیری پرسنل
آموزش دیده کار در ارتفاع

www.sepehrsepid.com



منتخب پروژه های طرف قرار داد

- مجتمع اداری تجاری مدرن الهیه (تامین نیرو، کار در ارتفاع)
- مجتمع مسکونی ایران زمین (تامین نیرو، کار در ارتفاع)
- مجتمع مسکونی مهرگان (تامین نیرو)
- مجتمع تجاری بوتیک مال ملل (تامین نیرو)
- مجتمع اداری رایان ونک (تامین نیرو، کار در ارتفاع)
- مجتمع تجاری عرش آجودانیه (کار در ارتفاع)
- مجتمع تجاری فرشته 24 (کار در ارتفاع)



021-77616946-8
09904308040

آدرس: تهران، خیابان انقلاب
بهار جنوبی، برج بهار، واحد 443

NEW

Lithium باتری لیتیوم Battery

طول عمر بالا | راندمان شارژ بالا | بسیار سبک و مقاوم در هر شرایط جوی

قابل استفاده در انواع دستگاه های اسکرابر، سوییپر، لیفتراک و پالت تراک



تهران، خیابان ولیعصر، بالاتر از میدان ولیعصر
کوچه دانش کیان، پلاک ۱۷، ساختمان ابراهیم
تلفن: ۰۲۱-۸۷۱۸۴ فکس: ۰۲۱-۸۷۱۸۵۱۱۵
تلفن همراه: ۰۹۱۲-۸۷۱۸۴

info@brahimco.com
www.ebrahimco.com

ابراهیم

راهکارهای نظافت صنعتی

BREATHE IN THE SCENT OF AUTUMN SEASON



تهران ۰۲۱-۸۷۱۸۵۴۳۸۳، بالاتر از میدان ولیعصر
کوچه دانش کیان، پلاک ۱۷، ساختمان ابراهیم،
تلفن: ۰۲۱-۸۷۱۸۵۵۵ فکس: ۰۲۱-۸۷۱۸۵۱۱۵

آرو رایحه

دستگاه های خوشبوکننده هوا
member of Ebrahim Group



FILMOP[®]
INTERNATIONAL

ابزارهای نظافتی فیلموپ ایتالیا

۰۲۱۸۷۱۸۵۱۲۴