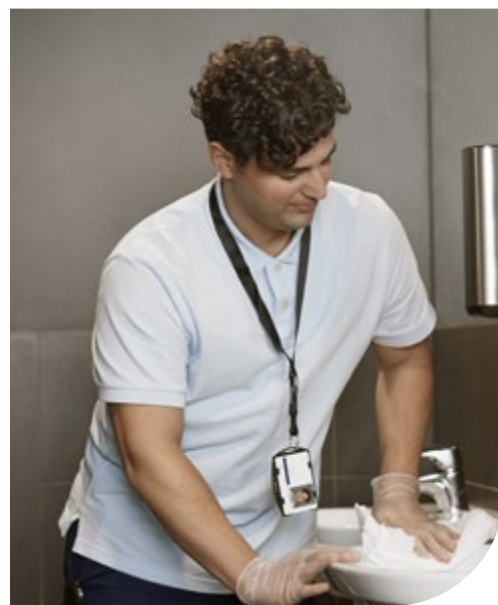


Новая концепция общественных туалетных комнат — практическое руководство



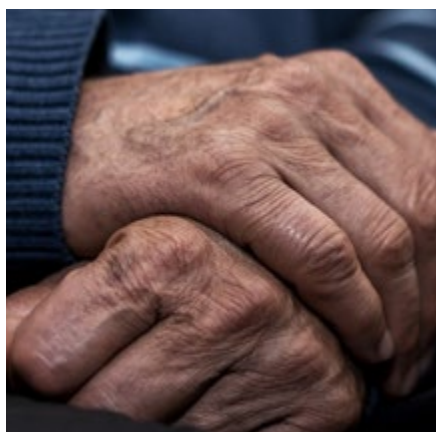
73 %

посетителей не
приходят в заведение
снова, если у них
остались плохие
впечатления от
туалетной комнаты¹.



Создание ценности для вашей компании

Туалетные комнаты играют важную роль, однако их влияние на бизнес в целом часто недооценивают. Хорошие санитарно-гигиенические условия не только улучшают впечатления от туалетной комнаты, но и продвигают устойчивое развитие и повышают эффективность бизнеса. Часто эти преимущества скрыты, как и препятствия, которые влияют на удовлетворенность пользователей. Туалетными комнатами пользуется каждый, поэтому там так важна инклюзивная гигиена. Мы называем это гигиеной для всех.



Что произойдет, если гости откажутся приходить снова из-за плохих впечатлений от общественной туалетной комнаты или туалетных комнат на рабочем месте? Как повысить эффективность уборки и как инвестиции в экологичные продукты помогут вашему бизнесу? В этом руководстве мы ответим на эти вопросы, а также предложим практические советы, как повысить эффективность и сделать туалетную комнату экологичнее и удобнее для всех, независимо от их потребностей и обстоятельств.



Вы несете ответственность за туалетные комнаты в вашей компании и поэтому играете уникальную роль — вы можете улучшить репутацию, повысить прибыльность компании и получить лояльных посетителей.

Гигиена и эффективная уборка туалетных комнат крайне важны, ведь небольшие недочеты быстро перерастают в крупные проблемы. Если туалетная комната не соответствует высоким стандартам, ваша компания может в итоге заплатить за это высокую цену.

Плохое состояние туалетных комнат влияет на репутацию и выручку компании².





Каковы последствия для бизнеса, если туалетная комната не соответствует стандартам гигиены?

По результатам опроса, проведенного Tork, половина посетителей предпринимает меры, чтобы не заходить в туалетные комнаты². Три основных варианта поведения в этом случае могут существенно уменьшить траты клиентов в заведении.

23 % проводят меньше времени

13 % не покупают еду и напитки

10 % не приходят в ваше заведение снова



Из-за плохих впечатлений от туалетной комнаты люди не только проводят в заведении меньше времени, **73 %** также не хотят приходить туда снова¹. Более **60 %** хуже думают о компаниях или заведениях, где сложно пользоваться средствами гигиены для рук³.

Как это влияет на ваш бизнес



Основные последствия для ресторанов и коммерческих объектов — клиенты тратят меньше, так как быстрее уходят, а вы лишаетесь постоянных посетителей.



Из-за плохих впечатлений от туалетных комнат на рабочем месте может снижаться производительность и увеличиваться текучка кадров.



Уборка требует много усилий. Персонал рискует получить физические повреждения — боль в спине и мышечную усталость, — а также испытывает такие эмоциональные проблемы, как стресс, которые влияют на эффективность (усталость, снижение мотивации, более низкое качество работы, уклонение от некоторых задач, снижение темпа работы), а в итоге страдает качество уборки.



Каждый пятый — люди с травмами, заболеваниями, физическими ограничениями или родители с детьми — испытывает сложности с использованием диспенсеров мыла или полотенце для рук³.

Скрытые барьеры на пути к гигиене: почему люди избегают туалетных комнат

В туалетных комнатах часто есть скрытые барьеры, которые отрицательно влияют на впечатления пользователей, и таких людей намного больше, чем вы думаете, — это каждый второй⁴.

Обычно организация доступа в туалетные комнаты для людей в инвалидных колясках требуется в соответствии с законодательством, но важно учитывать, что около 95 % людей с когнитивными или физическими расстройствами не пользуются инвалидными колясками. В эту группу, например, входят люди с нарушением зрения, слуха, чувствительные к громким звукам, люди с недержанием и кожными заболеваниями².

Людям со снижением силы рук и родителям с детьми на руках также может быть сложно пользоваться диспенсерами для мыла и полотенца для рук. Удовлетворив такие разнообразные потребности, вы сделаете туалетные комнаты доступнее, а впечатления посетителей лучше.



Каждый второй с большой вероятностью сталкивается с барьерами на пути к гигиене в общественных туалетных комнатах⁴.

Основные причины, по которым люди избегают туалетных комнат²



Примеры состояний, потребностей и обстоятельств



Возрастные состояния

С возрастом наши способности меняются: мобильность, охват и сила рук снижаются.



Чувствительность слуха

Некоторые посетители более чувствительны к шуму, например люди с нейроразличиями и аутизмом и маленькие дети.



Проблемы с гигиеной

Многие не ходят в общественные туалетные комнаты и не моют руки из-за антисанитарных условий.



Чувствительность кожи

Некоторые виды мыла содержат вещества, которые вызывают раздражение на коже.

Пять практических шагов, чтобы сделать гигиену в туалетных комнатах более инклюзивной для большинства пользователей

1

Системы, требующие небольших усилий: выбирайте простые в использовании или бесконтактные диспенсеры, которые подходят для людей с низкой кистевой силой.

2

Контрастные цвета: обращайтесь особое внимание на цвет диспенсера: он должен отличаться от цвета стен, чтобы им могли пользоваться люди с нарушениями зрения.

3

Шум: создавайте тихую обстановку, чтобы предотвращать сенсорную перегрузку у нейроразличных людей (например, людей с аутизмом).

4

Выбирайте щадящее мыло: используйте протестированное дерматологами мыло, которое подходит для людей с экземой и другими кожными нарушениями.

5

Позаботьтесь об основах: туалетная бумага всегда должна быть в наличии, сиденье и бачок для унитаза должны быть чистыми. Указывайте время последней уборки туалетной комнаты. Безопасность должна быть в приоритете, и посетители должны иметь уединенное пространство.

«В моем возрасте с моими суставами пользоваться кнопками и кранами в общественных туалетных комнатах — настоящее мучение».

Джей, 67 лет



Сделайте бизнес успешнее благодаря более экологичным туалетным комнатам

67 % посетителей хотят, чтобы управляющие уделяли особое внимание экологичности. Компании, в которых на первом месте — ответственные методы работы, в том числе устойчивое развитие, получают лояльных клиентов, укрепляют репутацию бренда, вдохновляют и удерживают сотрудников¹.

Комплексный подход повышает эффективность, сокращает отходы, уменьшает время на уборку и помогает компаниям достигать целей в области устойчивого развития. Туалетные комнаты посещает большинство людей, так что это идеальная возможность произвести отличное впечатление и продемонстрировать свою приверженность защите природы.

Рядом с диспенсерами и зеркалами нужно размещать коммуникацию, показывая, как вы движетесь к поставленным целям и снижаете воздействие на окружающую среду.



67 %

опрошенных хотят, чтобы управляющие общественными туалетными комнатами больше заботились о соответствии принципам устойчивого развития¹.



Пять практических шагов, чтобы сделать туалетные комнаты экологичнее

1

Использование и отходы: контролируйте потребление и сокращайте отходы благодаря полистовой подаче.

2

Ответственное завершение жизненного цикла: используйте перерабатываемую упаковку и услуги по переработке бумажных полотенец.

3

Ответственный выбор поставщиков: ваши специалисты должны понимать, насколько важен ответственный выбор источников поставки и продуктов, сертифицированных третьими лицами.

4

Коммуникация: размещайте в туалетных комнатах таблички с информацией об устойчивом развитии.

5

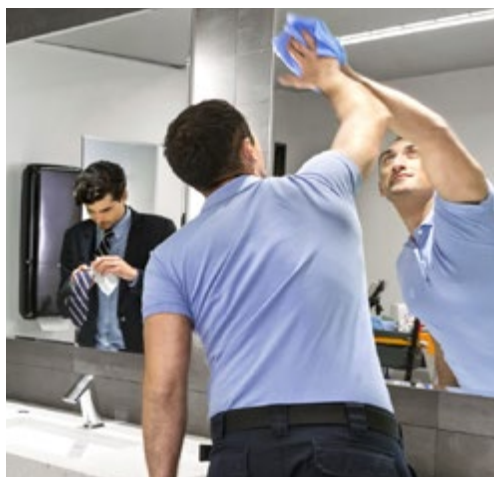
Рассматривайте весь жизненный цикл: снижайте углеродный след на всем протяжении жизненного цикла. Чтобы определить, действительно ли продукт имеет низкое воздействие, крайне важно рассмотреть потребление — сколько продукта используется.



Знаете ли вы?

Снижение отходов позволяет повысить эффективность и сократить затраты.

Повышайте прибыльность бизнеса, инвестируя в оснащение туалетных комнат и поддержку персонала службы уборки

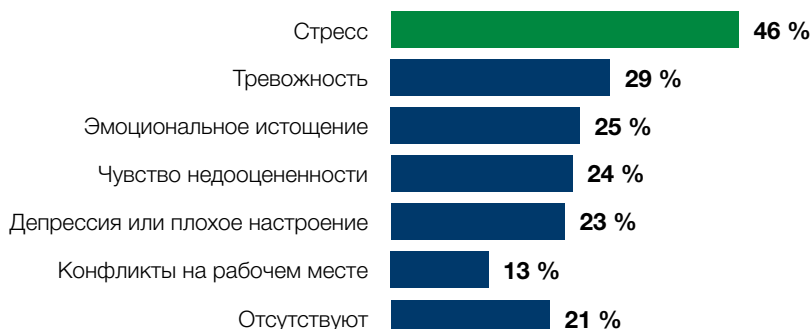


Использование подходящих продуктов не только повышает эффективность, но и помогает персоналу службы уборки тратить меньше усилий на поддержание чистоты в туалетных комнатах и реже получать травмы. Такие инновации, как удобные в перезаправке диспенсеры, сокращают время на техническое обслуживание — а высвободившееся время можно потратить на выполнение других задач.

7 из 10 сотрудников службы уборки утверждают, что около 20 % времени уходит на обслуживание диспенсеров⁵. Упростив процесс, можно повысить стандарты гигиены и эффективность в целом.

Большинство сотрудников службы уборки утверждают, что с их работой связаны физические нарушения и негативные психологические состояния²

Психологические состояния



46 %

персонала
службы уборки
испытывают на
работе стресс.

Физические расстройства



Четыре практических шага, которые помогут эффективнее поддерживать гигиену в туалетных комнатах

1

Выбирайте диспенсеры большой емкости, чтобы реже их перезаправлять и позволить персоналу сосредоточиться на уборке.

2

Заправляйте реже благодаря спрессованным полотенцам с полистовой подачей и контролем потребления.

3

Улучшите техническое обслуживание: используйте стандартизированную систему во всем здании. Один ключ, один расходный материал.

4

Выбирайте эргономичную упаковку: ее просто перевозить, она занимает меньше места в уборочной тележке.



«Мы всегда заботимся о сотрудниках и посетителях, предлагая очень качественные рабочие места... С уборкой на основе данных мы можем лучше отвечать их потребностям. Это обоюдовыгодная ситуация: сотрудники очень довольны высоким уровнем обслуживания, а уборщики могут работать эффективнее».

Паскаль Поре

Региональный менеджер RUN, Западная и Южная Европа, Uber, Париж, Франция

Наше предложение

Мы думаем о будущем вашего бизнеса — сейчас и всегда.

Мы предлагаем комплексный взгляд на устойчивое развитие, охватывающий людей и планету. Мы рассматриваем весь жизненный цикл продукта и представляем его просто с 4 позиций: материалы и упаковка, использование и отходы, углерод и гигиена для всех.

Доступны расходные материалы, сертифицированные в соответствии с требованиями Эко-сертификата EC (EU Ecolabel) и Лесного попечительского совета (FSC)[®].



Полистовой отбор позволяет контролировать потребление и снижать количество отходов¹⁰.



Доступны углеродно-нейтральные сертифицированные диспенсеры⁹.



Доступны сертифицированные как простые в использовании⁷ диспенсеры Tork.



Экологичная гигиена эффективнее для бизнеса, лучше для **людей** и нашей **планеты**

Для людей

Design for All: мы стремимся разрабатывать диспенсеры для большинства пользователей⁶

Простота в использовании: продукты, которые подходят для людей с ограниченной функцией рук

Легко переносить и использовать: эргономичная упаковка, призванная экономить время и силы персонала службы уборки

Бережное воздействие на кожу: протестированное дерматологами мыло с благоприятным для кожи уровнем pH

Для планеты



Эко-сертификат ЕС (EU Flower) — это система маркировки, принятая Европейским Союзом, которая удостоверяет продукцию, соответствующую высокому уровню природоохранных стандартов.
www.ecolabel.eu



Лесной попечительский совет® (FSC®), Сертификация FSC®) гарантирует, что заготовка леса для продукции производится экологически, социально и экономически ответственными лесными хозяйствами.
www.fsc.org



ClimatePartner
certified product
climate-id.com/9VIUDN



Присоединяйтесь

Совместно с этими организациями мы идем к нашей цели — повысить гигиену в общественных туалетных комнатах. На сайте www.torkglobal.com/kz/ru можно ознакомиться с актуальными новостями и мероприятиями.



Продукты



Обучающие и образовательные материалы



Бесплатные постеры и обучение по гигиене

<https://www.torkglobal.com/kz/ru/dlya-vashego-biznesa/instrumenty-trening-rukovodstva/trening-i-rukovodstva/programma-clean-care>



Бесплатные постеры и обучение по устойчивому развитию

<https://www.torkglobal.com/kz/ru/ustoichivoye-razvitiye>

1. Исследование Tork Insight Survey 2024, проведенное в США, Великобритании, Германии, Франции и Мексике среди 6000 пользователей и 900 компаний.
2. Исследование Tork Insight Survey 2025, проведенное в США, Великобритании, Германии, Франции, Мексике, Канаде, Австралии, Испании, Швеции, Нидерландах и Польше среди 11 500 посетителей и 1000 работников службы уборки.
3. Опрос Tork, проведенный в 2024 году в США среди репрезентативной группы опрошенных по всей стране лиц с ограничениями и тех, кто помогает лицам с ограничениями.
4. По результатам исследования Tork Insight Survey 2025, проведенного среди 11 500 респондентов в США, Великобритании, Германии, Франции, Мексике, Канаде, Австралии, Испании, Швеции, Нидерландах и Польше. О проблемах сообщили 54 % респондентов без ограничений здоровья, с диагностированными или самостоятельно диагностированными физическими/психическими расстройствами: экземой, хронической болью, генерализованным тревожным расстройством, клаустрофобией.
5. Поведенческое качественное и количественное исследование офисного сегмента с участием более 600 респондентов в Северной Америке и Европе.
6. Стандарт EN17161. Design for All — процесс разработки, в котором учитываются различные потребности пользователей, чтобы стимулировать и продвигать доступность продуктов и услуг для максимального количества людей.
7. Сертифицировано Шведской ассоциацией ревматологов; по результатам внутреннего панельного тестирования времени наполнения диспенсера мылом.
8. Маркировка FSC®: продукт изготовлен из волокна, полученного из ответственного источника.
9. Производство с использованием сторонних сертифицированных возобновляемых источников энергии и компенсация остальных выбросов углерода кредитами по климатическим проектам. Действительно для диспенсеров линейки Elevation, которые продаются или предоставляются в аренду в Европе (кроме Франции) с мая 2023 года. Сертифицированный продукт ClimatePartner: www.climate-id.com/9VIUDN
10. По результатам полевого испытания, где на 10 000 полотенец не было повторной выдачи листа за раз более чем в 98 % случаев.



Как еще мы можем помочь?
Расскажите нам о вашей компании.

www.torkglobal.com/kz/ru

Tork является глобальным брендом
Essity, одной из ведущих компаний
в области продукции для гигиены и
здоровья.

С дополнительной информацией
можно ознакомиться на
www.essity.com.

