

Филимонова Юлия Владимировна,

к.э.н., зав. кафедрой, Ангарский государственный технический университет,

e-mail: f_julya@mail.ru

**РЫНОК КЛИНИНГОВЫХ УСЛУГ ИРКУТСКОЙ ОБЛАСТИ:
АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Filimonova Yu.V.

**MARKET OF CLEANING SERVICES OF THE IRKUTSK REGION:
ANALYSIS OF THE STATUS AND DEVELOPMENT PROSPECTS**

Аннотация. В статье проведен анализ состояния рынка клининговых услуг Иркутской области, выделены его проблемы и определены перспективы развития.

Ключевые слова: рынок, услуга, рынок клининговых услуг, Иркутская область.

Abstract. The article analyzes the state of the cleaning services market in the Irkutsk region, highlights its problems and defines development prospects.

Keywords: market, service, cleaning services market, Irkutsk region.

Термин клининг происходит от английского «clean», что в переводе означает – убирать, чистить, т.е. клининг – это совокупность организационных мероприятий и технологических процессов, являющихся частью эксплуатации объектов недвижимости, территорий, транспорта и направленных на обеспечение безопасного для человека уровня чистоты и санитарного состояния.

Клининговые услуги – деятельность по поддержанию, сохранению и восстановлению эстетических и эксплуатационных свойств различных поверхностей объектов недвижимости, территорий, транспорта, удалению загрязнений и поддержанию санитарного состояния объектов в соответствии с потребностями потребителей услуг [1].

Современный мир не стоит на месте, поэтому услуги по квалифицированной уборке играют большую и очень важную роль в жизни любого человека. Исследования сети Центра развития малого бизнеса говорят о том, что клининговый бизнес приносит более 47 миллиардов долларов каждый год. Данное число отражает повышенный спрос на услуги по клинингу в современном обществе, и этот спрос только формируется из года в год.

Клининговые компании обслуживают частные квартиры и загородные дома, офисы компаний, торговые и развлекательные комплексы, производственные и промышленные предприятия.

Ассортимент клининговых услуг очень широк и разнообразен. Он включает:

- ежедневную уборку жилых помещений;
- генеральную уборку жилых помещений;
- генеральную уборку производственных и офисных помещений;
- уборку после ремонтных работ;

- химическую чистку матрасов, ковровых изделий, мягкой мебели;
- мойку вертикальных поверхностей – стен, фасадов, рекламы, окон, витражей;
- шлифовку и полировку мрамора, гранита и т.д.

Таким образом, бизнес-модель клининговых компаний ориентирована на три сегмента: B2C; B2B; B2G.

B2C (Business to Consumer) – в качестве потребителей услуг выступают физические лица (это ниша уборки квартир, частных домов и коттеджей, т.е. индивидуальных домовладений).

B2B (Business to Business) – в качестве потребителя услуг по уборке выступает другая компания или организация. В большинстве случаев клининговые услуги сегодня на условиях аутсорсинга предоставляются компаниям, располагающим большими торговыми сетями, бизнес-центрами, огромными площадями офисных помещений.

Преимущества от передачи функций по уборке помещений на аутсорсинг для компании следующие:

1. Высокое качество услуг, поскольку сотрудники клининговых компаний должны иметь необходимую специализацию и оснащены специальными средствами и оборудованием для уборки.

2. Экономия средств, поскольку отпадает возможность содержать собственное подразделение по уборке, что приводит к экономии затрат на налоги, связанные с фондом оплаты труда, на профильные отделы не возлагаются дополнительные обязанности и т.д.

3. Продление срока службы мебели за счет применения профессионального оборудования и средств химии, наиболее подходящих для каждого конкретного случая.

4. С точки зрения менеджмента отпадает необходимость распылять время и усилия руководства на вопросы, связанные с поддержанием чистоты помещения, что позволяет концентрироваться на более важных и сложных вопросах развития компании.

5. Различные формы расчетов, скидки и прочие инструменты, применяемые клининговыми компаниями с целью облегчения взаимовыгодного сотрудничества [2].

B2G (Business to Government) – отношения между бизнесом и государством. Клининг в государственных учреждениях включает такие работы как: регулярная уборка вестибюлей, комнат для переговоров, кабинетов, уборных, лестничных пролетов, технических помещений и общих зон; своевременная мойка окон и подоконников, обработки столешниц, ручек, выключателей; обработка антибактериальными гипоаллергенными растворами; очистка ковровых покрытий и уборки пыли; уход за прилегающими территориями.

Что касается рынка клининга в Иркутской области, то он существует 22 года. В 2000 году в городе Иркутске появилась первая компания, предложившая услуги профессиональной уборки, – «Атлас». За последние пятнадцать лет клининг из разряда непонятных слов стал частью повседневной практики торговых комплексов, банков и общественных учреждений. Постепенно на рынок подтягиваются все новые категории потребителей. Сегодня, по мнению специалистов, рынок клининговых услуг всё ещё формируется, о его молодости говорит тот факт, что в области до сих пор нет ни одного специального обучающего центра для подготовки профессиональных клинеров.

На развитие рынка клининговых услуг в Иркутской области оказывает влияние множество факторов макроокружения.

В современных реалиях существенное влияние на данный вид услуг оказывает политическая ситуация в стране и за ее пределами. Отказ многих зарубежных компаний от поставок своей продукции в Россию заставил руководство клининговых компаний решать вопрос импортозамещения.

К экономическим факторам, влияющим на развитие данного вида услуг, относятся:

- снижение динамики ВРП, по которому можно судить о снижающейся динамике экономической ситуации в регионе;
- усиление контроля над клининговой отраслью со стороны федеральной налоговой службы;
- повышение уровня инфляции, оказывающее значительное влияние на стоимость услуг.

Социальные факторы, оказывающие влияние на рынок клининговых услуг, включают:

- снижение численности населения снижает потенциальный спрос в настоящем и будущем на услуги клининговых компаний со стороны физических лиц;
- снижение уровня реальных доходов населения определяет его платежеспособность.

Рынок клининговых услуг не стоит на месте и постоянно развивается, появляются новые расходные материалы, а, самое главное, ручной труд постепенно вытесняют автоматизированные машины и оборудование, т.е. технологические факторы – еще один компонент, который влияет на развитие данной отрасли. Внедрение автоматизированных систем позволяет компаниям сократить трудозатраты и стоимость услуг и таким образом увеличить их реализацию.

В области законодательства также происходят постоянные изменения, которые необходимо постоянно учитывать при оказании клининговых услуг. Внедряются новые законы и ГОСТы, ужесточаются СанПины [3].

Анализ рынка клининговых услуг Иркутской области показал, что сегодня этот рынок является высококонкурентным. Очень много появляется и исчезает небольших клининговых компаний, ограничивающих свою деятельность определенным кругом задач. Также на рынке действуют так называемые самозанятые продавцы услуг клининга. Они стремятся получить прибыль с минимальным количеством вложений (дешевый инвентарь и непрофессиональная химия) и за счет этого могут сбивать цены на рынке, что, однако, не может не сказаться на качестве их услуг. В таблице 1 представлен анализ зависимости рынка клининговых услуг от численности населения, средней заработной платы и развития бизнеса в целом. Анализ проведен по городам, входящим в структуру Иркутской области (22 города).

Таблица 1

Факторный анализ зависимости развития рынка клининговых услуг

Город Иркутской области	Численность населения, чел. [4]	Средняя заработная плата, руб. [4]	Количество предприятий и организаций [4]	Количество клининговых компаний*
Иркутск	623 562	37 000	10 440 организаций малого и среднего бизнеса	Около 50 + частные лица, предлагающие услуги клининга
Братск	226 269	42 500	1 400 организаций малого и среднего бизнеса	Около 25 + частные лица, предлагающие услуги клининга
Ангарск	224 630	34 000	1 558 организаций малого и среднего 23 крупных предприятия	Около 30 + частные лица, предлагающие услуги клининга
Алзамай	5 749	16 000	3 организации малого и среднего бизнеса	2 компании + частные лица, предлагающие услуги клининга
Байкальск	12 534	27 300	44 организации малого и среднего бизнеса	1 компания + частные лица, предлагающие услуги клининга

* Столбец составлен на основе анализа официальных сайтов клининговых компаний, интернет-сервисов размещения объявлений.

Город Иркутской области	Численность населения, чел. [4]	Средняя заработная плата, руб. [4]	Количество предприятий и организаций [4]	Количество клининговых компаний
Бодайбо	11 982	64 500	116 организаций малого и среднего бизнеса	1 компания + частные лица, предлагающие услуги клининга
Вихоревка	20 833	44 200	55 организаций малого и среднего бизнеса	2 компании + частные лица, предлагающие услуги клининга
Железногорск-Илимский	22 950	41 300	72 организации малого и среднего бизнеса	1 компания + частные лица, предлагающие услуги клининга
Зима	30 515	37 000	83 организации малого и среднего бизнеса	5 компаний + частные лица, предлагающие услуги клининга
Киренск	11 048	57 400	46 организаций малого и среднего бизнеса	частные лица, предлагающие услуги клининга
Нижнеудинск	33 616	35 200	69 организаций малого и среднего бизнеса	2 компании + частные лица, предлагающие услуги клининга
Саянск	38 820	33 300	125 организаций малого и среднего бизнеса	2 компании + частные лица, предлагающие услуги клининга
Свирск	12 750	42 500	33 организации малого и среднего бизнеса	2 компании + частные лица, предлагающие услуги клининга
Слюдянка	18 213	41 100	47 организаций малого и среднего бизнеса	2 компании + частные лица, предлагающие услуги клининга

Город Иркутской области	Численность населения, чел. [4]	Средняя заработная плата, руб. [4]	Количество предприятий и организаций [4]	Количество клининговых компаний
Тайшет	32 671	29 000	176 организаций малого и среднего бизнеса	4 компании + частные лица, предлагающие услуги клининга
Тулун	39 671	36 100	158 организаций малого и среднего бизнеса	4 компании + частные лица, предлагающие услуги клининга
Усолье-Сибирское	76 047	34 100	464 организации малого и среднего бизнеса	Около 20 компаний + частные лица, предлагающие услуги клининга
Усть-Илимск	80 419	47 300	452 организации малого и среднего бизнеса	Около 10 компаний + частные лица, предлагающие услуги клининга
Усть-Кут	40 783	49 000	215 организаций малого и среднего бизнеса	Около 10 компаний + частные лица, предлагающие услуги клининга
Черемхово	50 154	32 000	117 организаций малого и среднего бизнеса	Около 10 компаний + частные лица, предлагающие услуги клининга
Шелехов	48 423	33 200	290 организаций малого и среднего бизнеса	Около 15 компаний + частные лица, предлагающие услуги клининга

Тенденция развития рынка клининговых услуг показывает зависимость величины спроса на услуги от развития городской инфраструктуры и численности населения. Лидирующие позиции по развитию клининга занимают такие крупные города как Иркутск, Братск, Ангарск, Шелехов. В крупных городах бизнес широко диверсифицирован, имеется множество сервисных компаний и

предложений по обслуживанию и поддержке функционирования коммерческой недвижимости, что в условиях крайне «плотного» рынка более чем оправданно. Данные выводы подтверждаются информацией, представленной в таблице 1, из которой видно, что чем крупнее город и развитей его инфраструктура, чем больше населения в нем проживает, тем больше фирм и частных лиц предлагает свои услуги. Причем средняя заработная плата не оказывает существенного влияния на принятие решения об открытии клининговой компании в том или другом городе.

В перспективе развитие рынка клининга Иркутской области напрямую зависит от состояния экономики региона в целом и развития его инфраструктуры.

Основными направлениями развития клининговой отрасли в Иркутской области могут являться:

- совершенствование законодательства в сфере клининговой деятельности;
- повышение профессионализма клинеров за счет получения специализированного обучения;
- применение инновационных технологий при реализации клининговых услуг;
- обеспечение качества и безопасности предоставляемых услуг;
- развития маркетинговых инструментов для продвижения услуг;
- диверсификация бизнеса, например, кроме оказания услуг по уборке, можно организовать продажу инвентаря, оборудования, химии или расходных материалов и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. **Российская Федерация. Стандарты.** ГОСТ Р 51870-2014 «Национальный стандарт Российской Федерации. Услуги профессиональной уборки – клининговые услуги. Общие технические условия». Текст: электронный. – URL: <https://fatumservice.ru/chto-takoe-klining.html> (дата обращения: 08.05.22).

2. **Коряков А.Г., Басалов С.Г., Баранов Д.Н.** Элементы модели рынка клининга в Российской Федерации. – Текст: непосредственный // Российское предпринимательство. – 2016. – Т. 17. – № 9. – С. 1083-1092.

3. **Клининг.** Текст: электронный. – URL: <http://www.consultant.ru/law/podborki/theme-klining> (дата обращения: 08.05.22).

4. **Средние зарплаты и структура населения городов и стран мира.** Текст: электронный. – URL: <https://bdex.ru/irkutskaya-oblast> (дата обращения: 11.05.22).