

РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА КЛИНИНГА В РОССИИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ

Дмитрий Никитич Баранов, аспирант, старший преподаватель кафедры экономики городского хозяйства и сферы обслуживания, E-mail: Gex561@yandex.ru, Московский университет имени С.Ю. Витте, <http://www.muiiv.ru>

В статье рассмотрены особенности функционирования рынка клининга в Российской Федерации. Указано, что рынок клининга имеет высокие темпы роста и динамику. Приведена история его формирования и развития. Проанализированы законодательные аспекты клининговой деятельности в России. Построена модель функционирования рынка клининга.

Ключевые слова: аутсорсинг, клининг, клининговая деятельность, инфраструктура клининга, клининговые услуги, объекты клининговой деятельности, потребители клининговых услуг, общая рыночная инфраструктура поддержки.

В современных условиях наблюдается процесс возрастания экстернализации производственных функций со стороны предприятий промышленной сферы, сферы услуг и учреждений. Одним из быстрорастущих рынков аутсорсинга в России является рынок клининговых услуг. Однако, не смотря на высокие темпы роста, в современной экономической науке, направление клининговой деятельности плохо исследовано с теоретической точки зрения. Недостаток теоретических знаний снижает эффективность государственной политики по регулированию клининговой деятельности и ограничивает хозяйствующие субъекты в принятии решений приводящих к оптимизации издержек и повышению прибыли.



Д.Н. Баранов

В западных странах услуги клининга зародились в середине 20 века. В России рынок клининга начал формироваться после распада СССР в 1992–1994 годах. Во времена перестройки в Москве работала фирма «Заря», специализировавшаяся на услугах по уборке квартир и мойке окон, и фактически рынок был ограничен в связи со спецификой экономики того времени и невостребованностью данной услуги в народном хозяйстве. Одними из первых, кто стал применять схему экстернализации функций по уборке помещения были представительства западных компаний, которые использовали на российском рынке модели ведения бизнеса и организации хозяйственной деятельности, характерные для стран их происхождения. Многие компании клининга того времени создаются как совместные предприятия и на тот момент компании учредители являются единственными потребителями их услуг. Первыми российскими компаниями по предоставлению услуг клининга были компании «Ронова», «Каскад», «Ирис», «Ольва».

90-е годы характеризуются достаточно высокими темпами роста рынка клининга. Так, если в начале 90-х в России было лишь несколько клининговых компаний, некоторые были основаны даже в конце 80-х, то к середине 90-х их насчитывалось уже 30 [5].

В 1996 году рынок клининга становится более организованным, многие компании отказываются от уборки частного жилья как основной услуги, перенося ее в разряд дополнительных. Таким образом, происходит переход основной деятельности в сегмент коммерческой недвижимости, который впоследствии становится основным.

Экономический кризис 1998 года способствовал падению рынка услуг, обусловленный снижением экономической активности в стране и падением спроса на услуги

клининга. В связи с тем, что на рынке было мало компаний предоставляющих услуги клининга и он характеризовался невысокой конкуренцией, то цены на услуги были выше, чем содержание собственного подразделения по уборке территории. Однако отрасль продолжала развиваться за счет спроса на услуги клининга со стороны зарубежных компаний.

В 2000 г. была зарегистрирована Ассоциация русских уборочных компаний (АРУК), созданная с целью формирования цивилизованного рынка клининговых услуг в России. Бурный рост рынка клининга начинается примерно с 2002 года [4]. Важным событием этого года является принятие ГОСТ Р 51870-2002 «Услуги по уборке зданий и сооружений. Общие технические требования». В его разработке принимали участие как научные кадры, так и представители крупных клининговых компаний.

С 2004 года клининговые компании начинают осваивать площади государственных предприятий и учреждений, что приводит к увеличению их численности и оборотов. Последующие несколько лет были для российского рынка клининга крайне позитивны: динамика роста рынка составляла до 30–40 % в год.

В 2005 году становится актуальной многопрофильность компаний по различным направлениям деятельности (инжиниринг, кейтеринг (выездное ресторанное обслуживание), ландшафтный дизайн (озеленение территорий и офисов), промышленный альпинизм, поставка канцелярских товаров и расходных материалов и проч.), что связано с нулевой прибылью самого клинингового сектора ввиду сформировавшихся низких цен. К началу следующего 2006 года небольшой рост цен вызван повышением потребительского спроса и привлечением внимания к клининговым услугам учреждений государственного сектора. Вплоть до 2008 года динамика роста рынка составляла до 30–40 % в год [6].

В условиях мирового финансового кризиса, который серьезно затронул экономику Российской Федерации в 2009 году, объем спроса на услуги клининга существенно сократился, в тот момент заказчики снизили затраты на сервис в среднем на 20–40 % [5]. Уровень рентабельности клинингового бизнеса в 2010 году был самым низким за всю его историю в России – 3–5 %, в то время как до кризиса 2009 года уровень рентабельности составлял 10–15 %. В 2009 году объем российского рынка клининга увеличился на 20 % по сравнению с 2008 годом [6].

Стагнация рынка объясняется сокращением ввода новых объектов недвижимости в 2009 году, отчего рост клининговой индустрии носил инерционный характер: компании были заняты обслуживанием новых комплексов, контракты по которым были подписаны еще до кризиса. Что касается прямого влияния экономического кризиса 2008 года, оно проявилось в значительном снижении спроса на ряд клининговых услуг: средняя цена контракта с начала кризиса снизилась на 10–20 %, часть услуг были вычеркнуты из списков заказчиков.

По итогам 2010 года рынок клининга несколько восстанавливается и увеличивается на 10 % по сравнению с показателями 2009 года. При этом рынок рос, в основном, в денежном выражении, тогда как по объему площадей практически не изменился.

В исследовании агентства Discovery Research Group отмечено, что за 2013 год, объем рынка клининговых услуг составил порядка 65 млрд руб., что больше на 11 млрд руб. объема рынка за 2012 год, который составил 54 млрд руб. В натуральном выражении на начало 2013 года рынок клининга составлял примерно 160 млн кв. м.

В течение 2013 года наблюдалась положительная динамика роста объема рынка. Во многом данное увеличение объема рынка связано с развитием бизнеса в регионах, открытием крупными столичными компаниями филиалов и появлением сильных локальных игроков.

Вслед за крупными компаниями, пользоваться услугами профессиональной уборки стали более маленькие компании, государственные и медицинские учреждения, промышленные предприятия. Также, несмотря на небольшое замедление экономиче-

ского роста страны, продолжается активное строительство новых объектов и реконструкция уже имеющихся, что положительно сказывается на увеличении объема рынка клининговых услуг в России. В перспективе рынок клининга будет расширяться за счет строительства и ввода в эксплуатацию новых зданий и сооружений, а также в результате перехода государственных компаний и учреждений на механизм аутсорсинга функций по поддержанию чистоты и порядка.

При этом у крупных компаний по предоставлению услуг клининга наблюдается тенденция более качественного использования персонала путем углубления специализации и разделения труда в зависимости от обслуживаемого помещения. Так, специфика уборки в торговом центре или сетевом магазине существенно отличается от уборки, производимой на промышленных объектах или в офисах. Таким образом, в крупных клининговых компаниях наблюдается тенденция деления отделов по специализациям, например отделы отвечающие за: торговые центры, бизнес-центры класса А, коммерческой недвижимости (офисы класса В и С), корпоративный клининг, промышленное производство, пищевая промышленность и т. п. Таким образом, наблюдается тенденция повышения качества клининговых услуг.

Еще одно направление для повышения эффективности клининговых компаний – пересмотр взаимоотношений с поставщиками. Многие крупные организации отказываются от услуг дистрибуторов и заключают напрямую контракты с производителями оборудования и химических средств. В результате клининговым компаниям удается снизить себестоимость техники и бесплатно обучать своих специалистов на заводах производителей.

Деятельность по предоставлению клининговых услуг требует небольших вложений первоначального капитала, что обуславливает свободный вход на рынок новым игрокам имеющим малые объемы деятельности. В некоторых случаях штат сотрудников клининговой компании составляет от 5 до 20 человек, что обуславливает высокий уровень конкуренции на данном рынке. Таким образом, в количественном отношении малые фирмы являются самыми многочисленными. Однако, по объему клиентов, большая часть рынка принадлежит крупным клининговым компаниям.

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

- высокое качество услуг, поскольку сотрудники клининговых компаний должны иметь необходимую специализацию и оснащенные специальным оборудованием для уборки;
- 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.;
- продление срока службы мебели за счет применения профессионального оборудования и средств химии, наиболее подходящих для каждого конкретного случая;
- с точки зрения менеджмента отпадает необходимость расплывать время и усилия руководства на вопросы связанные с поддержанием чистоты помещения, что позволяет концентрироваться на более важных и сложных вопросах развития компании;
- различные формы расчетов, скидки и прочие инструменты, применяемые клининговыми компаниями с целью облегчения взаимовыгодного сотрудничества.

По некоторым оценкам, для клиента, выгода от привлечения клининговой компании составляет от 7 % до 15 % [2]. В теории считается, что выгода достигается в результате оптимизации численности обслуживающего и управленческого персонала.

Также на рынке клининговых услуг работают компании, которые являются внутренними подразделениями компаний и оказывают свои услуги на открытом рынке.

Кроме того, на рынке работают отдельные уборщики и незарегистрированные частные бригады, которые оказывают клининговые услуги частным лицам, небольшим

магазинам, офисам.

Рентабельность бизнеса колеблется в зависимости от оказываемых услуг, в свою очередь определяемых размерами компании: средние и мелкие компании берутся за специализированные работы, часто разового типа, приносящие высокую долю чистой прибыли, рентабельность оказания таких услуг составляет от 50 до 100 % [4, 8]. В то же время крупнейшие игроки рынка клининга обслуживают многотысячные офисные, торговые и промышленные территории на основе долгосрочных контрактов и работают с рентабельностью от 3 до 15 % [4].

Однако, основным фактором успешной хозяйственной деятельности клининговой компании, в условиях высокой конкуренции, является наработанная клиентская база и долгосрочность заключенных контрактов.

За двадцатилетний период индустрия чистоты превратилась в высокотехнологичную сферу деятельности, включающую разработку и применение инновационных технологий и современной организации труда, сложного оборудования, развитие предприятий по изготовлению новых химических и биологических препаратов и т. д. Интенсификация этой деятельности обусловлена рядом факторов [9]:

- приходом на российский рынок международных сетей и иностранных предприятий, традиционно привлекающих профессионалов для оказания клининговых услуг для экономии расходов;
- необходимостью поддерживать в благополучном санитарном состоянии жилые помещения и прилегающую территорию, собственниками которых является не только государство, но и коммерческие структуры;
- формированием рыночных структур (банки, клубы, рестораны, деловые офисы, гостиницы, супермаркеты и т. д.), продвижение и имидж которых во многом зависят от санитарного состояния, уровня чистоты их рабочих помещений;
- строительством современных зданий и сооружений, в том числе повышенной комфортности, требующих профессионального подхода к уборке;
- переходом множества государственных и муниципальных структур на механизм аутсорсинга функций по поддержанию чистоты и порядка;
- реформой ЖКХ, предоставляющей потенциальные возможности в части уборки помещений [7].

Также существенным толчком к развитию рынка клининга является переход многих государственных и муниципальных учреждений, предприятий и т. д. к услугам

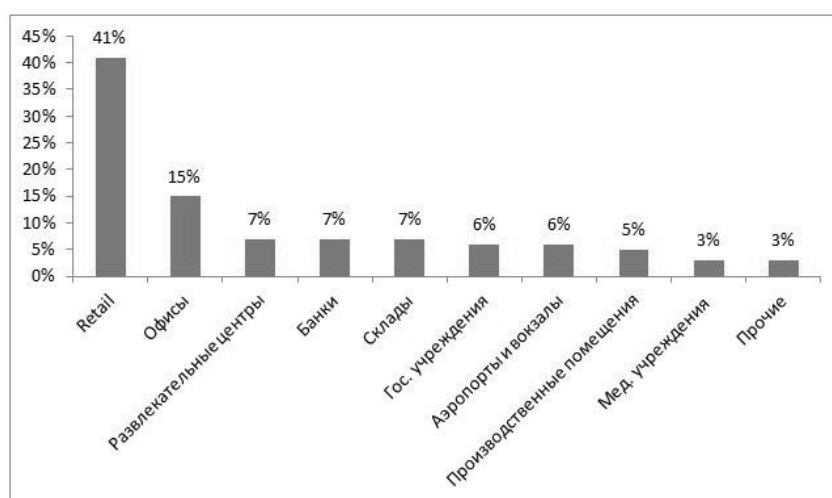


Рисунок 1 – Структура клинингового рынка Москвы по типам недвижимости в 2012 г., % от стоимостного выражения [1]

клининга. Так, многие предприятия ЖКХ, медицинские учреждения, ГУП Метро и т. д. в современных условиях перешли на клининг. Таким образом, исходя из исследования рынка клининга, проведенного РБК целесообразно привести структуру клинингового рынка Москвы по типам недвижимости (рисунок 1).

Из рисунка 1 видно, что подавляющую часть площади составляют предприятия розничной торговли, представленные в большинстве случаев торговыми центрами огромной площади. А

также офисы и офисные центры, где важным фактором их статуса является внешний вид, презентабельность и санитарное состояние.

Для национальной экономики развитие отрасли клининга даст следующий полезный эффект:

- рост занятости населения, создания новых рабочих мест с частичным и полным рабочим днем, в том числе, для молодежи, лиц пенсионного возраста, неквалифицированных работников, малообеспеченных слоев населения, лиц с ограниченными физиологическими способностями;
- улучшение санитарно-эпидемиологического состояния социальных объектов государственной и муниципальной собственности, жилых и общественных зданий, промышленных предприятий, транспорта;
- развитие жилищного фонда, системы бытовых услуг;
- эффективное расходование средств при эксплуатации и обслуживании федеральных и муниципальных объектов в сферах здравоохранения, образования, жилищно-коммунального хозяйства;
- развитие малого и среднего бизнеса;
- налоговые поступления в бюджет;
- развитие отечественного производства расходных материалов, химических средств и оборудования для клининга.

Существенными проблемами рынка клининга является отсутствие законодательства регламентирующего правоотношения при осуществлении клининговой деятельности.

На момент 1 января 2015 года законодательной базой деятельности отрасли клининга являются:

- 1 ГОСТ Р 51870-2002 «Услуги по уборке зданий и сооружений».
- 2 СанПиН 2.1.3.2630-10. Санитарное содержание помещений, оборудования, инвентаря в медицинских учреждениях.
- 3 ПОТ Р М-004-97 Межотраслевые правила по охране труда при использовании химических веществ.
- 4 ГОСТ Р 51108-97 Услуги бытовые. Химическая чистка. Общие технические условия.

В современных условиях отсутствует ФЗ «О клининговой деятельности», который мог бы регулировать правоотношения, возникающие между клининговой компанией и потребителем услуг клининга. «Ассоциация русских уборочных компаний» (АРУК) в 2011 году направила в правительство проект концепции развития клининговой деятельности в РФ до 2020. После прохождения редакции через Министерство регионального развития он так и не был принят. Отсутствуют стандарты качества именно клининговых работ. На данный момент АРУК участвует в разработке нового стандарта клининговой деятельности ГОСТ Р «Услуги по профессиональной уборке (клинингу). Общие технические условия», который должен заменить действующий ГОСТ Р 51870-2002 «Услуги бытовые. Услуги по уборке зданий и сооружений. Общие технические условия».

В концепции развития клининговой деятельности в РФ до 2020 г. приведены основные понятия, актуальные для рынка клининга:

- клининговая деятельность, клининг – совокупность технологических процессов и организационных мероприятий, являющихся частью эксплуатации зданий, сооружений, территорий и транспорта, направленных на обеспечение и поддержание чистоты и санитарного содержания указанных объектов, необходимого для обеспечения благоприятных условий жизнедеятельности человека [7].

Ниже приводим авторскую модель работы рынка клининга (рисунок 2).

На рисунке 2 отражена логика работы рынка клининга.

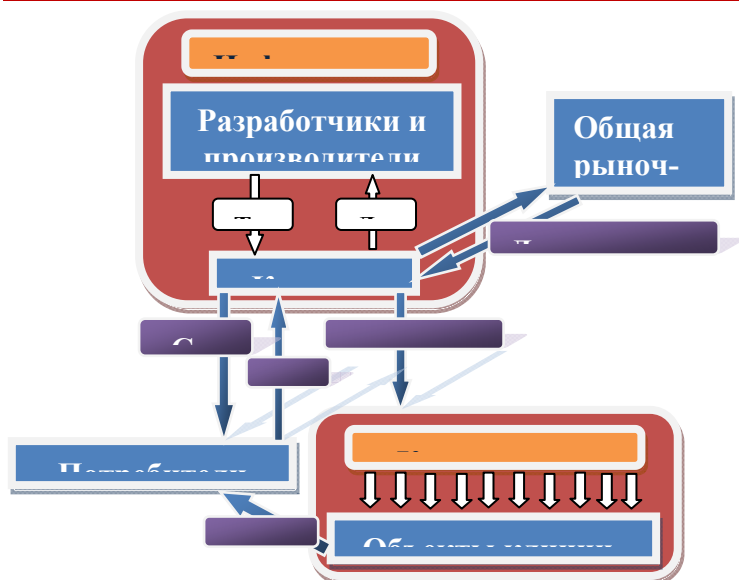


Рисунок 2 – Модель функционирования рынка клининга в Российской Федерации, исходя из понятий, используемых в проекте концепции развития клининговой деятельности в Российской Федерации до 2020 года

вую деятельность на объекте потребителя клининговой услуги. При этом на взгляд автора данную схему и классификацию понятий необходимо дополнить графой – «общая рыночная инфраструктура поддержки». Под ней подразумеваются специфические услуги бизнесу, такие как услуги консультирования, маркетинг, реклама, услуги банковского и юридического обслуживания и т. д. [10, 11].

Основными направлениями развития отрасли являются:

- создание и совершенствование нормативной правовой базы клининговой деятельности;
- развитие общей рыночной инфраструктуры поддержки, как основы конкурентоспособности экономики РФ;
- развитие саморегулирования в клининговой деятельности;
- развитие инфраструктуры клининга;
- создание условий для развития добросовестной конкуренции;
- обеспечение качества и безопасности оказываемых услуг;
- создание системы информационной поддержки клининговой деятельности;
- подготовка и повышение квалификации кадров для обеспечения клининговой деятельности [7].

Итак, на основании проекта концепции развития клининговой деятельности в Российской Федерации до 2020 года автор построил модель функционирования рынка клининга в России, где отразил взаимодействие элементов рынка клининга и экономические отношения, которые возникают между ними. Важнейшим элементом данной модели является уровень развития «общей рыночной инфраструктуры поддержки», которая обеспечивает увеличение деловой активности и конкурентоспособности клининговых компаний. Данная модель будет способствовать углублению теоретического понимания работы рынка клининга и его связи с положением дел в остальных отраслях экономики.

Литература

1. РБК Анализ рынка клининга Москвы и Московского региона–2012: Лидеры рынка, тренды, ситуация в регионах. М., 2013.
2. Ревенко Н.Ф. Азбука экономии: «А» – аутсорсинг // Бортовой журнал авиакомпании «Якутия». 2013. Февраль. Вып. 2. С. 80–81.

3. Руденко Л.Г. Приоритетные формы финансовой поддержки малого предпринимательства на современном этапе развития экономики России / Л.Г. Руденко // Вестник Московского университета им. С.Ю. Витте. Сер. 1: Экономика и управление. 2014. № 3(9). С. 17–23. URL: http://www.muiiv.ru/vestnik/pdf/eu/eu_2014_3_17-23.pdf
4. Инкижинова С.А. Пол надо мыть с умом // Эксперт. 2009. № 38.
5. 15-я Международная выставка «Индустрии чистоты» // Круглый стол «Маркетинг в клининге: нюансы, проблемы, стратегии». М., 2013.
6. Исследование рынка клининга в Москве и Московской области // DISCOVERY Research Group. М., 2013.
7. Ассоциация русских уборочных компаний. URL: <http://aruk.ru/asociaciya/dejatelnost-aruk/otvet-minregiona-na-proekt-konceptsi-gazvitija-kliningovoi-industri.html>
8. Грызунова Н.В. Управление оборотным капиталом: вопросы налогообложения и оценки // Бизнес в законе. 2013. № 6. С. 257–261.
9. Губанов Р.С. Инновационная модель управления предприятием как условие его развития. Актуальные вопросы развития современного общества: сборник статей 4-ой Международной научно-практической конференции: в 4-х томах. Курск, 2014. С. 323–328.
10. Гусев Д.А., Гатиатуллина Э.Р. Логика и теория научной аргументации: учеб. пособие. М.: изд. ЧОУ ВО «МУ им. С.Ю. Витте», 2014. 331 с.
11. Бушуева Н.В., Ефимов В.С. Методологические подходы к исследованию финансовой безопасности // Вестник Московского университета имени С.Ю. Витте. Сер. 1: Экономика и управление. 2014. № 2. С. 10–19. URL: http://www.muiiv.ru/vestnik/pdf/eu/eu_2014_2_010-019.pdf

Development of a model of the functioning of the cleaning market in Russia and the modern trends of its development

Dmitriy Nikitich Baranov, Post-graduate (student), senior lecturer in «Urban economy and service», S.Yu. Witte Moscow University

Abstract: the article deals with the peculiarities of functioning of the cleaning market in Russian Federation. It is indicated that cleaning market has high growth rate and dynamics. The history of its formation and development is shown. Legal aspects of cleaning activities in Russia are analysed. And the model of cleaning market's functioning is built.

Keywords: outsourcing, cleaning, cleaning activities, infrastructure cleaning, cleaning services, objects of cleaning activity, cleaning services consumers, the total market support infrastructure.

УДК 338.001.36

ОБОСНОВАНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

*Андрей Николаевич Бродунов, канд. экон. наук, доц.,
зам. зав. кафедрой финансы и кредит,
E-mail: abrodunov@muiiv.ru,*

*Владимир Яковлевич Ушаков, канд. экон. наук, проф.,
проф. кафедры финансы и кредит,
E-mail: ushakovv@list.ru,
Московский университет им. С.Ю. Витте,
<http://www.muiiv.ru>*

В статье сформулированы предложения по совершенствованию методического аппарата для обоснования решений в условиях неопределенности. Рассмотрена процедура приня-