

# ПОВЫШЕНИЕ ЗАТРАТ КЛИНИНГОВЫХ КОМПАНИЙ ПОСЛЕ РОСТА КУРСА ВАЛЮТ: ПРИЧИНЫ, СЛЕДСТВИЯ И ВЫВОДЫ

Экономический кризис последних лет не обошел стороной ни одну отрасль хозяйства. Особенно отчетливо рост курсов доллара и евро, а соответственно и обвал национальной валютной единицы почувствовали те компании, которые вынуждены в своей деятельности использовать импортные оборудование и расходные материалы.

Сектор обслуживания, в частности клининговые организации, столкнулись с существенным подорожанием поломочной техники, ручного инвентаря и запасных частей. Не могло это не отразиться и на стоимости оказываемых услуг населению и юридическим лицам. Как «выжить» в сложившейся ситуации и на что рассчитывать представителям данного сегмента экономики в дальнейшем, расскажут данные статистических исследований.

## Производители поднимают цены: реакция ведущих клининговых компаний России

С октября 2014 по январь 2016 годов по статистическим данным различных российских клининговых фирм был зафиксирован рост затрат в среднем на 43%. Руководитель одной из компаний сообщил веб-журналу ИнфоКлин подробности и предоставил детальную информацию по текущим расходам. В процентном соотношении были повышены цены на такие группы товаров и услуг для осуществления деятельности:

поломочное оборудование – 62%;  
запчасти – 23%;  
транспортные средства (в том числе уборочная техника) – 73%;  
комплектующие к ним – 33%;  
горюче-смазочные материалы – 5%;  
страховка (ОСАГО) – 60%;  
химические средства – 41%;  
инвентарь (швабры, веники, метлы, губки и так далее) – 43%;  
расходные материалы для санузлов (туалетная бумага, жидкое мыло и прочее) – 21%;  
прочие расходы – 5%.

Если прибавить к этому средний рост затрат в 63% на социальное обеспечение и выплату заработной платы сотрудникам, то ситуация начинает казаться аховой.

Другие клининговые компании также подтвердили факт удорожания техники, инвентаря и моющих средств. Однако многие из них пришли к выводу, что солидным фирмам это не мешает развиваться и процветать, а мелким демпингующим предприятиям действительно будет трудно. Все дело в наработанных годами доверии клиентов? Быть может. В сегодняшних кризисных условиях организации сферы обслуживания вынуждены поднимать цены, а подорожавшую услугу продать намного сложнее, если постоянная база сотрудничества еще не налажена.

По мнению начальника департамента, одной из ведущих клининговых компаний на российском рынке, процесс оказания услуг и вовсе начинает напоминать благотворительность. Поэтому со многими партнерами приходится расставаться, другие же сокращают объемы потребления, что, безусловно, отражается на конечном результате – внешнем виде объектов.

Следует учесть, что веб-журнал ИнфоКлин собирал данные еще в начале 2016 года. Компания, которая предоставила аналитические данные, на тот момент прогнозировала всего 1% инфляции на будущие 12 месяцев, однако реалии последних лет делают подобные оптимистичные перспективы необоснованными. Уже в 2018 году эксперты предвещают рост цены барреля нефти до 70\$, а ни для кого не секрет, что ее удорожание влечет за собой лавину повышения цен на импортные и отечественные товары.

## Кризисные цифры поставок в Россию уборочного оборудования

Основной удар по отечественной отрасли клининга нанесли, конечно, производители агрегатов для уборки. Бюджет обслуживающих организаций был сформирован и утвержден в рублях. В связи с этим фирмы просто не успели вовремя отреагировать на внезапный рост валюты. Резко увеличились объемы ремонта оборудования, покупать новое стало просто экономически нецелесообразно. Вывод очевиден и подтвержден результатами исследований агентства маркетинга DISCOVERY Research Group – за период с 2013 по 2015 года импорт машин для мытья пола на нашу территорию упал в 1,5 раза.

Переведем это в цифры: на протяжении 2015 года отечественные компании закупили машин на 20,420 млн. \$ (8522 единиц), что меньше на 54% показателей последнего докризисного года – 32,589 млн. \$ (18240 единиц). На уровне 2014-го с его потраченными на уборочное оснащение 28,963 млн. \$ (11770 единиц) наблюдается спад в 3 раза. Такой огромный дисбаланс объясняется маркетологами очень просто. Например, китайское оборудование практически перестало «приезжать» в Россию. Последняя крупная партия от бренда ANGMING CLEAN на сумму 1181 тыс. \$ (5295 единиц) пересекла таможенно еще в 2013-ом. С одной стороны, все выглядит не так уж плохо. Клининговые компании успели закупить технику в большом объеме до начала обвала национальной валюты. С другой – на пороге 2018 год и базу давно пора обновлять.

## Рынок поломочной техники и его сегодняшние лидеры

□ Согласно исследованиям, вышеупомянутого DISCOVERY Research Group надежно удерживают тройку лидерства по поставкам поломочной техники следующие бренды:

KARCHER и 2361 единица – 28%;

□ TENNANT и 1113 машин – 13%;

□ NILFISK и 830 агрегатов – 10%.

□

На долю этих производителей суммарно приходится 51% импорта оборудования для мытья пола в нашу страну. Остальные позиции рейтинга удерживают бренды Jinlong Electric Appliance, Chibli, Taski, Gaomei, Columbus, Fiorentini, Lavor Pro, Comac, Fimar, Viper, IPC и Baiyou Clearning с сегментами рынка от 5 до 1%.

В ТОП-3 по демократичности ценовой политики практически аналогичная картина, местами поменялись только серебряные и бронзовые «призеры» (цифра получена в результате деления суммарной стоимости техники на количество ввезенных единиц):

KARCHER – 1722,15 \$;

□ NILFISK – 2886, 75 \$;

□ TENNANT – 4677,45 \$.

□

Популярность «Керхера» обусловлена не только высоким качеством техники и относительной дешевизной. Торговая марка попросту имеет самую широкую дилерскую сеть магазинов и сервисных центров по всей России.

Данные этого аналитического исследования поставил под сомнение Александр Бессарабов, маркетинговый директор компании «Интерпроект» – ведущего поставщика клинингового инвентаря и машин в Россию. По его словам, рейтинг составлен исходя из всех наименований техники для уборки. А производство Jinlong на 90% состоит из пресс-форм и бытовых пылесосов, при этом 98% продукции Fimar – именно оборудование для мытья пола.

Пресс-служба немецкой торговой марки KARCHER также внесла некоторую сумятицу в результаты анализа. Не совсем корректно цифры по ввозу и объемам продаж выглядят, если учесть тот факт, что «Керхер» работает по складской программе и предварительному заказу. Довольно трудно просчитать, сколько именно единиц оборудования поступило в российские представительства и какое количество отправлено конечному потребителю.

Учитывая такое количество противоречий при более детальном углублении в вопрос, на первые места рейтинга могут «вырваться» другие бренды-производители.

#### **На чем экономят клининговые компании и их клиенты?**

Себестоимость услуг клининга неумолимо растет, чему способствует снижение курса национальной валюты и подорожание доллара и евро. Клиенты, которые имеют договорные отношения с компаниями, сами функционируют в условиях кризиса и не хотят «переплачивать». Средний чек за обслуживание только по Московской области снизился на 12,1%. К тому же потребители все больше отдают предпочтение демпинговым предложениям, вследствие чего хромает качество услуг. Подобные компании делают ставку на цену, уменьшая ее порой на 50-60, а то и 70-80%. Это стало возможным благодаря несовершенному законодательству в сфере торгов, параметры услуг попросту теряются в перечне работ. Данный вопрос уже решается на государственном уровне. Клининговые позиции либо уберут из «Перечня товаров, работ, услуг, в случае осуществления закупок которых заказчик обязан проводить электронный аукцион», либо примут адекватные критерии отбора для участия в аукционах.

Пока же остается только посоветовать клиентам не гнаться за сомнительно низкой стоимостью, а отдавать предпочтение проверенным партнерам. В условиях тотального подорожания техники и усиления налогового контроля демпинг предлагают в основном недобросовестные компании. Но это отнюдь не означает что «уборочный бизнес» стоит на месте. Порядочные фирмы хотят развиться и прилагают максимум усилий, чтобы удержаться на плаву.

Представители мировых поставщиков отмечают, что, несмотря на внедренные инновации и выпуск новых моделей техники, конкурсы и сроки принятия решений стали более длительными. В то же время эксперты уверяют, что курс валют стабилизировался, спрос заметно оживился, и даже намечилось увеличение роста продаж.

Эти заявления вполне поддаются логике, если принять во внимание данные следующего маркетингового исследования. Клининговые компании стали отдавать предпочтение менее дорогостоящим маркам и моделям оборудования. Например, наблюдается рост импорта техники с местом оператора. С 2013 по 2015 года ввоз таких машин увеличился на 81% (с 511 до 925 единиц техники в год), а цена на них напротив упала на 40%. А вот ручное управление нынче не в тренде, в 2015 году такого оборудования в Россию попало меньше на 31% по сравнению с 2014-м (7574 единицы вместо 10983), хотя стоимость их также опустилась на 10%.

Еще один способ сэкономить на сегодняшних затратах без потери качества услуг – брать агрегаты в аренду. По мнению экспертов, все больше клининговых компаний пользуются таким предложением.

□ <http://www.uborka.su/news/4163-povyshenie-zatrat-kliningovyh-kompaniy-posle-rosta-kursa-valyut.html>