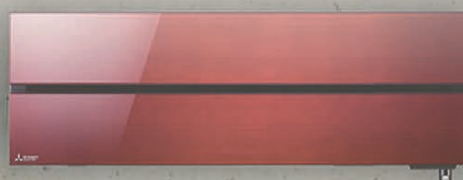


ПРЕМИАЛЬНЫЕ КЛИМАТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ:

крупный план



Потребность в климатическом оборудовании премиум-класса постоянно возрастает в связи с увеличением требований потребителей к качеству микроклимата помещений и энергоэффективности зданий. Этому оборудованию свойственны: бесшумная работа, энергоэффективность, интеллектуальность в управлении, яркий дизайн и экологичность.

Об особенностях рынка климатического оборудования премиум-класса, энергоэффективных технологиях и бизнес-климате в России редакция журнала побеседовала с Николаем Вадимовичем Милючихиным, генеральным менеджером ООО «МИЦУБИСИ ЭЛЕКТРИК (РУС)» – членом НП «АВОК» категории «Премиум».

– Представительство компании Mitsubishi Electric работает уже более 20 лет на российском рынке климатического оборудования. Как изменилась за это время ситуация для бизнеса сообщества?

– Тренд, который наблюдается в течение последних 20 лет, – увеличивается конкуренция. Количество брендов, которые появляются на рынке, в том числе за последнее время из Китая, зашкаливает. И поскольку у нас: а) рынок ценоориентированный, б) нет законодательных барьеров, которые есть, например, в Европе в плане той же энергоэффективности, соответственно, здесь могут играть все, используя любые методы. В этой борьбе нам помогает репутация, которую мы нарабатывали в России с 1997 года, и то, что мы играем в высшем сегменте – там, где конкуренция гораздо интеллигентнее. Хотя на самом деле мы не стремимся быть Майбахом на климатическом рынке, у нас есть линейки продукции и для среднего сегмента. Планы компании на следующие пять лет нацелены на то, чтобы увеличить долю рынка именно за счет среднего сегмента, потому что в верхнем дальше расти уже некуда.

Говоря о бизнесе в России, следует отметить и тот факт, что климатический бизнес легализовался, вышел из тени, и это реально видно. Например, мы реализуем бытовые кондиционеры через дистрибьюторов, потом от дистрибьюторов к дилерам, от дилеров к конечным клиентам. Легализация бизнеса позволяет проследить весь путь кондиционера от завода до конечного пользователя.

Стало легче в таможенных вопросах. Для нас это важно, не только потому что мы 100 %-ные импортеры, но и потому что мы «белая» компания и никогда не решаем дела с помощью взяток и схем.

Сильно ужесточились требования технических регламентов, которые вводят без оглядки на возможности их исполнения, например: для сертификации необходимо предоставить образец продукции, но как можно привезти образец чиллера, который каждый раз делается под объект? Как можно требовать испытаний по Rohs, когда в стране ни один орган по сертификации не имеет подходящей базы?

– Каково, на ваш взгляд, современное состояние рынка?

– Опыт последних шести лет, начиная с 2014 года, можно охарактеризовать словами: «Нужно бежать со всех ног, чтобы только оставаться на месте, а чтобы куда-то попасть, надо бежать как минимум вдвое

быстрее». Многим пока удается только поддерживать уровень продаж. Конечно, есть стартапы и примеры успеха, но это единичные случаи. В условиях, когда в целом рынок и строительная индустрия не растут, трудно рассчитывать на рост рынка инженерного оборудования. Для этого нет предпосылок. Возможно, какие-то перспективы открываются для российских производств в свете поправок к закону о госзакупках. Пока то, что происходит, вселяет больше недоверия, чем оптимизма. При этом во время таких кризисов прежде всего страдает нижний и средний ценовые сегменты. Наш, премиальный, все равно остается стабильным. Он не растет, и колебания остаются на уровне $\pm 1-2\%$ в год. Но в нынешней ситуации это нормально.

Так как наша компания – международная организация, есть возможность сравнить с ситуацией в Европе, где последние два года рост по продажам составляет 20–30 %.

– Когда Вы упомянули увеличение доли рынка, имелась в виду Россия в целом или это в основном крупные города?

– Конечно, кондиционеры продаются не там, где жарко, а там, где есть деньги.

Да, нам бы хотелось войти в регионы, и наша стратегия включает в себя развитие региональных продаж, но, если все будет оставаться так, как есть, я не думаю, что продажи по этому направлению существенно увеличатся. Доллар, вложенный в Москве, дает в разы больше отдачи, чем доллар, вложенный в любом другом городе России.

– Говоря об относительно стабильной ситуации в премиальном сегменте, имелись в виду бытовые кондиционеры, а какова ситуация с промышленными?

– Слово «промышленный» каждый понимает по-своему. В сфере кондиционирования воздуха есть такое понятие, как «полупромышленный» – это каналные и кассетные кондиционеры до 20 кВт. По данному направлению у нас сложилась интересная ситуация: с 2014 года идет небольшой постоянный рост, при этом, насколько я понимаю, сам по себе рынок не растет. Скорее всего, мы просто увеличиваем свою долю рынка. Это связано с тем, что такие системы дорогостоящие и большинство российских дистрибьюторов вкладывают деньги в сплит-системы, а на полупромышленный сегмент средств не остается. В то время как мы часть складской нагрузки своих

партнеров берем на себя. Таким образом, совместно у нас всегда хорошие складские остатки. Соответственно, в ситуации, когда заказчик не может ждать больше месяца, он выбирает «Мицубиси Электрик» – да, дорого, но точно есть в наличии.

Типичные объекты, оснащаемые полупромышленными кондиционерами, – офисные здания преимущественно класса В и С, небольшие коммерческие объекты типа кафе, небольших магазинов. В офисных зданиях премиального сегмента все-таки больше используются центральные системы кондиционирования воздуха.

Довольно много оборудования уходит в частное жилье типа коттеджей и дорогих квартир, особенно канальные кондиционеры, кассетные – в меньшей степени. Премиальный жилой фонд – это сегмент, который сейчас все-таки развивается.

– Есть ли изменения в нормативной базе, которые оказывают влияние на бизнес, на развитие отрасли кондиционирования?

– Нормативные изменения есть, и они только мешают, хотя могли бы помогать. В Европе приняты нормативные ограничения, которые отсекают не только некачественное оборудование, но и то, которое не соответствует характеристикам, например, по энергоэффективности. У нас, честно говоря, таких норм пока нет. В плане энергоэффективности мы все еще отстаем на два шага от европейских норм. Например, техрегламент, который сейчас разрабатывается, описывает некий рейтинг, коэффициент энергоэффективности, то есть никоим образом не показывает реальную энергоэффективность оборудования. Но даже если такой документ появится в ситуации, когда нет механизмов контроля, он не будет работать. Механизм контроля мы не можем реализовать в силу того, что в нашей стране нет ни одной испытательной лаборатории, которая могла бы испытывать энергоэффективность. Сейчас в «АПИК» обсуждается необходимость разработки подобных нормативов и введения механизмов контроля над ними, но дальше все упрется в испытательную базу. При этом нормативы для проведения испытаний есть. Ситуация типичная: норматив написать проще, чем вложить несколько миллионов долларов в испытательную лабораторию.

Есть и организационный момент. Как могут несколько независимых, иногда конкурирующих организаций сделать некий общий испытательный центр? Чисто административно я пока не очень понимаю, как это сделать за счет коммерческих средств, если

государство этого не сделает. Либо это должна быть очень мощная коммерческая структура, но я сегодня таких не вижу.

Хотелось бы отметить большой вклад НП «АВОК» в развитие современной нормативной базы, что способствует продвижению новых инновационных технологий, таких как предлагает «Мицубиси Электрик».

– Как Вы относитесь к локализации производства в России?

– Прежде всего, локализуются производители оборудования для систем отопления и вентиляции. Потому что, во-первых, дорого привозить. Во-вторых, рынок очень большой: данные системы – это, наверно, 90 % всего рынка климатического оборудования. Плюс таможенные пошлины, соответственно, в бытовом и полупромышленном кондиционировании нет таможенных пошлин. Построить производство даже бытовых кондиционеров – сплит-систем намного сложнее, чем построить завод по производству вентиляции или тепловентиляторов. То есть для бытовых кондиционеров нет никакой мотивации для такого шага. Если говорить про холодильную технику, то пока мы еще даже близко не приблизились к стадии проработки подобного проекта, но как минимум есть понимание, что в какой-то момент нам придется об этом задуматься.

– Востребованы ли в нашей стране энергоэффективные технологии?

– Я этого не вижу. Во-первых, относительно высокая цена на энергоносители, хотя, на самом деле, это уже становится легендой. Если сравнить стоимость электроэнергии в России и за границей, то они сопоставимые, а если сравнить стоимость подключения, так у нас гораздо выше. Другое дело, что в силу отсталой экономики наши люди думают не о возврате инвестиций, а о капитальных вложениях. Просто денег у населения мало. В Европе ситуация другая: минимальные банковские проценты позволяют думать об энергоэффективности. Энергоэффективная продукция дает возможность быстро окупить заемные средства. Особенно заметно это на примере Великобритании, которая является абсолютным лидером по внедрению энергоэффективных и экологических решений. Там это оборудование продвигается при поддержке государства, и, кроме того, это просто модно. Поэтому проектировщик всегда будет закладывать самое энергоэффективное оборудование. Цена вообще



■ Климатическое оборудование Mitsubishi Electric

никого не волнует – это в последнюю очередь. Любое решение, которое позволяет сократить количество фреона, снизить уровень выбросов CO₂ и повысить энергоэффективность, принимается на «ура». И, соответственно, например, если какая-нибудь сеть магазинов в Великобритании внедрила новую систему кондиционирования, это обязательно будет везде освещаться: докладываться на совещании акционеров, рекламироваться. Для них – это вопрос имиджа.

Вторая причина связана с кондиционированием: обычные кондиционеры в основном сегменте Москвы и Санкт-Петербурга, если говорить про бытовое применение, работают достаточно редко, поэтому энергопотребление будет небольшое и окупить вклад в энергоэффективность затруднительно. Таким образом, с моей точки зрения, когда мы говорим, прежде всего, про комфортное кондиционирование, это несущественно. Для IT-применения, в первую очередь в центрах обработки данных, это важнее, но даже там, к сожалению, мы видим, что все упирается в начальные затраты. Может быть, в сегменте вентиляции другая ситуация, учитывая, что вентиляция работает круглосуточно и круглогодично, там это более востребовано.

В Японии (мы все-таки японская компания) стандарты гораздо более лояльные и гибкие, чем в Европе. Мне кажется, в Европе самые жесткие

требования. В Японии энергоэффективность важна в силу того, что это реально позволяет экономить деньги.

– У вас представлена линейка вентиляционного оборудования небольшой производительности. Это направление востребовано?

– Да, но опять же я не уверен, что оно востребовано из-за энергоэффективности. Хотя энергоэффективность там колоссальная. Но скорее просто потому, что наши решения очень дружелюбны и по отношению к проектировщику, и к монтажнику. Их легко поставить, они супернадёжные и обеспечивают высокую степень комфорта. Если говорить, например, про приточно-вытяжные системы с рекуперацией.

В данном случае рекуператор важен не столько потому, что вы экономите деньги за электричество, хотя это тоже есть, но я бы не сказал, что это очень ощутимо. А просто в силу того, что, если система без рекуперации, необходим электрокалорифер. Дальше надо подводить электропитание, которое в готовой квартире на вторичном рынке просто так не подведешь – его может не быть. Наша система с рекуперацией для квартиры потребляет свои 30 Вт и при этом создает даже зимой комфортную температуру – очень удобно.

– Что можно сказать об уровне образования и подготовки специалистов в области проектирования систем ОВК? Изменилась ли ситуация за последние 15–20 лет?

– Очень сложно оценить объективно. Честно говоря, конкретно в нашем сегменте колоссальной разницы я не вижу между тем, что было 20 лет назад и сейчас. Если взять квалификацию проектировщика, она, наверно, не изменилась. И тут надо не радоваться, что она не ухудшилась, а огорчаться, что не улучшилась. Конечно, есть проектировщики, которые интересуются новинками, посещают выставки, семинары вендоров, читают иностранные журналы. Следует отметить большое влияние, которое оказывали и продолжают оказывать профессиональные издания НП «АВОК»: журналы «АВОК», «Энергосбережение» и техническая библиотека. Они составляют важную часть в работе специалистов и пользуются большим авторитетом.

Не думаю, что такая ситуация с подготовкой специалистов является особенностью нашего рынка, в принципе в Европе то же самое. Просто там, если проектировщик не будет учиться, не будет постоянно отслеживать новое оборудование, он очень быстро потеряет заказы. У нас такая мотивация отсутствует.

– Вы упомянули выставки. В последние годы их количество сокращается, многие компании считают, что участие в них нецелесообразно.

– Выставки стали менее важны – это совершенно точно. Сказать, что они умерли и вообще не нужны, я бы, наверно, не решился. Нам не хватает хороших выставок, в первую очередь крупных, чтобы на одной выставке было много производителей, много разного оборудования. Чтобы человеку из региона был резон потратить деньги на проезд и гостиницу. Нужно сделать выставку, на которую придут как большие имена, так и маленькие компании, новички.

Кроме того, проблема в том, что поскольку гораздо меньше участников, то меньше и новинок. Мы можем показать что-то новое, то, что активно продается в Европе, например водяные тепловые насосы, но они не востребованы в нашей стране.

– Совсем не востребованы?

– Да. Это такой нишевый продукт. В ситуации, когда нет газа, в принципе их можно поставить. Речь идет про тепловые насосы «воздух – вода», которые

не требуют больших инвестиций, при этом создают такой же комфорт, как и традиционные системы с газовыми котлами. Но имеются две проблемы: во-первых, это все-таки дорого, гораздо дороже, чем газовый котел; во-вторых, есть некий миф о том, что они не подходят для нашего климата, хотя у нас много регионов с достаточно мягким климатом.

Если говорить о европейском рынке, то бурный рост продаж тепловых насосов демонстрирует Франция. Однако надо понимать, что тепловой насос при субсидии государства и тепловой насос при ее отсутствии – это две разные истории. В последнем случае продажи тепловых насосов находятся в сильной зависимости от цены на углеводородное топливо. Но в большинстве стран субсидии есть: вот, например, в Польше ввели в прошлом году, и пошел рост рынка. С другой стороны, все больше стран, в которых использование тепловых насосов продвигается на законодательном уровне. В Норвегии, например, запрещено в новых зданиях ставить котлы на газе и жидком топливе.

– Сейчас активно развивается Интернет вещей, каковы перспективы этого направления для климатического оборудования?

– Это очень интересная тема. Пока мы видим Интернет вещей как очень полезный инструмент для сервиса. Простой пример: сейчас, если вам нужно сделать новую прошивку в кондиционере, завод присылает накопитель, дальше специалист едет на объект, подключает, перепрограммирует. Если бы все это можно было сделать удаленно, это позволило бы снизить массу затрат. Собственно, мы сейчас уже так и делаем, все больше систем, которые мы продаем, – кондиционеры от бытовых до центральных, имеют Wi-Fi-модули. Управление идет не просто point-to-point, а через облачный сервис. Это позволяет видеть все, что происходит с прибором. Кроме того, облачный сервис дает возможность управлять, заливать новые прошивки, информировать пользователя об обновлениях. В плане сервиса открываются колоссальные перспективы, в плане управления, думаю, тоже.

– Каковы ближайшие перспективы рынка, на ваш взгляд?

– Особого оптимизма нет, но, с другой стороны, нет и опасения, что случится что-то ужасное. Я верю в свои силы и в силы нашей компании. 