АЯК 30 ЛЕТ
ДЕРЖИМ ВЕРНЫЙ КУРС

ГК «АЯК»: держим курс на рост!

9 ноября исполнилось 30 лет одному из ведущих российских дистрибьюторов климатического оборудования – ГК «АЯК». Накануне юбилея мы побеседовали с Сергеем Дмитриевичем Латушкиным, генеральным директором ГК «АЯК», о том, с какими результатами и планами компания начинает свое новое десятилетие.



Сергей Дмитриевич, 30 лет – это зрелый возраст для бизнеса, а в России доля компаний, созданных в 1990-е годы и продолжающих работать сегодня, и вовсе мала. Оглядываясь на пройденный путь, каким вы его видите?

Я вижу, что мы пришли в точку, которую на старте было сложно даже представить. В 1996 году в компании работали всего несколько человек, сегодня у нас 350 сотрудников. От единственного офиса в Москве мы пришли к мощной сети из 23 филиалов и представительств не только в России, но и в странах ближнего зарубежья. Объем поставок вырос с 10 контейнеров в год до 1200, выстроена сложнейшая логистика, создана сеть наших собственных и партнерских складов по всей стране. ГК «АЯК» начинала с поставки сплит-систем, а сегодня в нашем портфеле 16 товарных категорий: от бытовых кондиционеров до новейших чиллеров, CDU и фанволлов для дата-центров.

Но есть и нечто неизменное – в нашем портфеле по-прежнему представлены японские кондиционеры!

Что за эти 30 лет вы считаете самым главным достижением компании?

Нам удалось сформировать команду, которая доказала свой профессионализм на деле. За 30 лет мы работали с разными брендами и выводили их на лидирующие позиции на российском рынке.

В 2009 году вышли на первое место в сегменте VRF с Mitsubishi Heavy Industries и Fujitsu General. В 2012-м стали лидером в сегменте чиллеров с Clint. В 2015-м сделали MDV брендом № 1 в сегменте VRF сначала среди китайских торговых марок, а в 2024–2025 годах – уже среди всех брендов, представленных в России.

Я думаю, это лучшее подтверждение, что в ГК «АЯК» работают профессионалы высочайшего класса.

Последние годы были откровенно сложными для российского климатического рынка. Какими они были для ГК «АЯК»?

Если компания работает в России 30 лет, значит, она переживала уже не один кризис. Мы умеем адаптироваться, развивать бизнес в неблагоприятной рыночной конъюнктуре и показывать рост даже на фоне общего падения.

В 2025–2026 годах расти было сложно, но не невозможно, в т. ч. на рынке бытовых, мультисплит- и полупромышленных систем. По нашим оценкам, объем этого сегмента по итогам 2025 года уменьшился на 15 %, а к концу 2026 года мы ожидаем снижение еще на 8–10 %. На этом фоне мы сохранили положительную динамику продаж кондиционеров MDV – в 2025 году выросли на 13 % и уже можем с уверенностью сказать, что в 2026-м повторили результат прошлого года в сегменте бытовых и полупромышленных сплит-систем.

В промышленном сегменте ситуация менее драматичная, однако и здесь предпосылок для роста рынка нет: инвестиции в строительство сокращаются, объекты замораживаются, бюджеты оптимизируются. Рынок поддерживают замены, пик которых придется на ближайшие три года. По нашим оценкам, объем сегмента VRF в штуках по итогам 2025 года остался на уровне 2024-го, а в 2026 году немного снизится. Продажи VRF-систем MDV в прошлом году выросли на 30 %, а в этом мы ожидаем рост еще на 10 %. Согласно аналитике «Литвинчук Маркетинг», по итогам 2025 года бренд MDV занимает первое место в России в сегменте мультизональных систем – это результат, которого мы добились на фоне общей стагнации.

Рынок чиллеров за последние четыре года колеблется вокруг 1000 МВт и по итогам 2026 года останется примерно на том же уровне. Продажи чиллеров MDV при этом за последние пять лет выросли в 3,5 раза. На 2026 год, по нашим прогнозам, MDV прирастет на 19 % в регулярных продажах чиллеров к предыдущему году.

Как видите, даже в последние сложные для российской HVAC-отрасли годы ГК «АЯК» демонстрирует устойчивый рост продаж. Останавливаться мы не собираемся.

Важным шагом для нас стал запуск собственного бренда THAICON. Мы сразу вышли на рынок с широким модельным рядом: бытовые, мультисплит- и полупромышленные системы, VRF, прецизионные кондиционеры, гидромодули. Уже в первый год выстроили продажи не только в России, но и в странах ближнего зарубежья. Конечно, нам еще предстоит подвести итоги первого года продаж, но мы уже видим, что рынок хорошо принял оборудование. С запуском бренда THAICON наш портфель стал более сбалансированным. Теперь мы предлагаем нашим партнерам решения от премиум-класса до среднего доступного сегмента.

Вы сказали, что останавливаться не собираетесь. Какие планы у ГК «АЯК» на следующее десятилетие?

Мы строим планы на более короткий период, это более реалистично в текущих условиях. В юбилейный год мы разработали стратегию на следующие три года – «Курс 3.0», в которой выделили три главных блока.

Первый – рост продаж. Да, обстановка на рынке по-прежнему сложная, но у нас сбалансированный портфель брендов, с которым мы закрываем разные категории объектов, профессиональная команда,







налаженная сеть дистрибуции и, конечно, опыт. Мы уверены, что все это позволит нам нарастить объем продаж на 10 % даже на падающем рынке.

Звучит амбициозно. За счет чего вы планируете это сделать?

Во-первых, за счет активного продвижения бренда THAICON. Мы рассчитываем за три года вывести его в ТОП-15 в сегменте бытовых сплит-систем.

Во-вторых, мы планируем увеличить общую долю ГК «АЯК» на рынке VRF за счет дальнейшего укрепления позиций бренда MDV и выхода в новую



ценовую категорию с мультизональными системами THAICON.

В-третьих, в наших планах — развивать новое направление MDV KWING. Это мощные чиллеры, разработанные корпорацией Midea специально для крупных объектов и дата-центров – перспективного сегмента, который в ближайшие годы будет расти.

Но сильные бренды еще не гарантируют рост продаж.

Справедливо, поэтому второй блок нашей стратегии – усиление дистрибуции и мощная региональная экспансия.

Наша цель – иметь представительства во всех городах России с населением более 500 тыс. человек. Это позволит нам быть ближе к партнерам, работать в одном часовом поясе, быстрее реагировать на запросы и обрабатывать их.

Одновременно мы планируем расширить клиентскую базу и охватить больше половины профессиональных климатических компаний в России.

Развиваем присутствие в новых каналах продаж – на маркетплейсах.

Наконец, ГК «АЯК» продолжит укреплять и наращивать присутствие своих брендов в странах ближнего зарубежья.

Чем планируете привлекать и удерживать новых партнеров?

Развитием клиентских сервисов. Это третий и самый значимый блок нашей стратегии.

Работа с клиентом – это не просто отгрузка оборудования, это поддержка партнера на всех этапах реализации проекта. ГК «АЯК» и раньше уделяла этому много внимания, а сейчас делает приоритетом. У нас уже есть сильная база – качественный подбор, оперативные технические консультации, регулярное обновление техбиблиотеки, BIM-модели и каталоги с полными техническими характеристиками, программы лояльности и маркетинговая поддержка. Мы сохраняем все это, развиваем уже существующие сервисы (например, B2B-портал) и запускаем новые.

Так, мы создаем сеть фирменных сервисных центров по всей России с плотностью покрытия не дальше 300 км от каждого партнера. Это позволит нашим клиентам быстрее проводить диагностику и ремонт, экономя время своих заказчиков.

Наконец, мы масштабируем нашу систему обучения. В Москве и Санкт-Петербурге уже действуют два учебных центра ГК «АЯК», а в ближайшие годы аналогичные площадки появятся и в других городах. С их открытием наши региональные партнеры смогут повышать свой профессиональный уровень на местах. Продолжим развивать сотрудничество с колледжами. В этом году на базе Московского технологического колледжа им. Лихачева открылась первая оснащенная нами HVAC-лаборатория, где занимаются и студенты, и климатехники, повышающие квалификацию. В наших планах – открытие подобных центров на базе колледжей в других городах.

Стратегически это самое важное направление. Это наш вклад в борьбу с кадровым дефицитом в отрасли. Инвестируя в поддержку образования будущих специалистов и профессиональный рост тех, кто уже работает на рынке, мы инвестируем и в свое будущее – как минимум на следующие 30 лет. ●

jac-company.com

РЕКЛАМА 18+

СИБИРСКАЯ СТРОИТЕЛЬНАЯ НЕДЕЛЯ

SIBERIAN BUILDING WEEK

16–19 ФЕВРАЛЯ 2027

XV МЕЖДУНАРОДНЫЙ СТРОИТЕЛЬНЫЙ ФОРУМ-ВЫСТАВКА

ПЛАТФОРМЫ ВЫСТАВКИ

ЖИЛИЩНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО | ПРОМЫШЛЕННОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО | ИНФРАСТРУКТУРНОЕ СТРОИТЕЛЬСТВО

350+ ЭКСПОНЕНТОВ ВЫСТАВКИ

18 000+ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ

Урал
Сибирь
Дальний Восток

ТОП-3 СТРОИТЕЛЬНЫХ ВЫСТАВОК РОССИИ

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:

МИНСТРОЙ РОССИИ

ПРАВИТЕЛЬСТВО НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Российский Союз Строителей

НОСТРОЙ

НОПРИЗ

АСОНО Ассоциация строителей Новосибирской области