

ИНЖЕНЕРНОЕ ОБОРУДОВАНИЕ ЗДАНИЙ:

*здоровый микроклимат,
комфорт и эстетика*



Журнал «АВОК» регулярно публикует интервью руководителей компаний – ведущих производителей климатической техники. О состоянии и перспективах развития рынка дизайн-радиаторов, систем отопления с потолочными подвесными излучающими панелями и индивидуальными систем приточно-вытяжной вентиляции редакция беседовала с **Александром Владимировичем Силиным**, главой представительства «Цендер Груп Дойчланд ГмбХ» в России.

Рынок дизайн-радиаторов* в России.

– Данный сегмент российского рынка отопительных приборов сравнительно молодой – ему около 18 лет, тогда как в Европе это направление развивается более 40 лет. За рубежом приблизительно с 70-х годов прошлого века начали понимать, что отопление может не только создавать тепло в помещении, но и привносить уют и красоту. Последнее время к отопительным приборам предъявляются дополнительные требования в части энергосбережения. Отечественный рынок, если говорить о высококлассном отопительном оборудовании – энергоэффективном, качественном, дизайнерском и, как следствие, более дорогостоящем, находится на начальном этапе и имеет скачкообразное развитие: кризисы отбрасывали нас назад, потом снова следовали подъемы. Это же касается и рынков систем отопления с потолочными подвесными излучающими панелями, и индивидуальных систем механической вентиляции. По каждому из этих направлений, в общем-то, ситуация одинаковая.

На сегодняшний день на российском рынке при выборе отопительных приборов доминирует ценовая политика, в первую очередь это алюминиевые и панельные радиаторы. Для массового жилищного строительства такая политика оправдана, но если говорить об индивидуальном жилищном строительстве, о проектах жилья премиум-класса, то в данном случае и эстетическая составляющая отопительного прибора играет важную роль.

Отопительные приборы премиум-класса до 2015 года даже были не отражены в статистике продаж в России. В настоящее время все производители этого сегмента занимают менее 5% рынка, в то время как в Европе ситуация совершенно другая. К примеру, в Италии – самое большое потребление стальных трубчатых радиаторов среди европейских стран: доля таких отопительных приборов различных производителей доходит до 20%. В Германии практически не используют алюминиевые радиаторы: там большим спросом пользуются либо панельные, либо стальные трубчатые радиаторы разных производителей – их доля составляет 25–40% в зависимости от региона. В Швейцарии практически нет ни алюминиевых, ни панельных радиаторов – там преобладают отопительные приборы из плоских труб различного дизайна.

Рынок систем отопления с потолочными подвесными излучающими панелями также пока находится



в стадии становления. Хотя сами технологии и были разработаны в 50-е годы прошлого века в России, но в силу отсутствия тогда возможности регулирования, опыта эксплуатации, нормативной базы в нашей стране они не получили развития. Идею подхватили в Европе, развили и в начале 2000-х принесли в Россию.

Первоначально количество проектов, задействовавших эти технологии, можно было сосчитать по пальцам. Совместно с НП «АВОК» мы проводили семинары и рассказывали специалистам об особенностях и эффективности систем отопления с потолочными подвесными излучающими панелями. А в 2009 году были выпущены рекомендации Р НП «АВОК» 4.1.6–2009 «Системы отопления с потолочными подвесными излучающими панелями». И, несмотря на то что на сегодняшний день проекты уже исчисляются сотнями,

* Под дизайн-радиаторами в данном материале подразумеваются приборы отопления, совмещающие высокие потребительские свойства, оригинальный дизайн и индивидуальный подход к требованиям заказчика.

Важно, чтобы на рынок выходила продукция только высшего качества с характеристиками, проверенными в результате испытаний и отражающими реальные показатели систем, тем самым снимая вопросы к качеству продукции.

и у нас, и у наших коллег-конкурентов, производящих подобную продукцию, количество объектов с применением потолочного отопления с излучающими панелями (логистические комплексы, спортивные сооружения и т.п.) минимально в сравнении с другими типами отопления подобных объектов.

Если говорить о системах механической вентиляции с рекуперацией теплоты для квартир либо индивидуальных домов, то мы были одними из тех, кто создавал этот рынок. Когда мы начинали заниматься установками по рекуперации теплоты и влажности, то круг специалистов, проектировщиков и потребителей, понимавших особенности применения этих систем и их высокую эффективность, был очень мал. В домашнем сегменте использовалась исключительно естественная вентиляция. Если речь шла о коттеджах, то у потребителей возникал вопрос: зачем нужна механическая вентиляция, я же живу на свежем воздухе? Однако постепенно наши аргументы были услышаны: первый – это энергосбережение на основе рекуперации теплоты вытяжного воздуха и второй – отсутствие необходимости открывать окна и, как следствие, отсутствие шума и загрязнений, попадающих в дом с наружным воздухом.

Первыми нашими заказчиками были в основном иностранцы, имевшие опыт использования приточно-вытяжной вентиляции с рекуперацией теплоты. Постепенно к ним присоединились и российские домовладельцы, причем в основном те, кто строил уже второй коттедж: в первом использовалась естественная вентиляция, что привело к ряду проблем, например к аллергии у домочадцев на пыльцу. Кроме того, собственники стали считать деньги, которые тратились на газ, солярку, либо на электричество. Соответственно, вопрос энергосбережения, рекуперации теплоты стал очень актуальным. В силу всех этих факторов, думаю, что этот рынок будет активно развиваться.

Говоря об особенностях российского рынка, стоит отметить и отсутствие платежеспособного спроса. Невозможно не заметить пики взлетов и падений, связанные с экономикой. Так, до 2006 года наблюдался устойчивый рост, потом были падения, связанные с кризисами 2008–2009 годов. После 2009 года, мне кажется, наступил момент, когда в России появился средний класс. Люди стали не

просто покупать недвижимость, но и думать, что они хотят в ней реализовать: не только красивый, но и комфортный интерьер и микроклимат (комфортную температуру, влажность и так далее). Стало востребовано климатическое оборудование высокого класса, гармонично вписывающееся в окружающий интерьер и позволяющее создавать комфортный микроклимат. Это было заметно не только по росту продаж, но и по увеличению числа игроков на этом рынке: продавцов, инженерных компаний российских и зарубежных. Ситуация 2014 год привела практически к исчезновению среднего класса. Продажи упали – я надеюсь, дальше падать уже некуда – и теперь мы все вместе начинаем подниматься и расти.

По нашим данным, 2018 год по всем направлениям был значительно лучше, чем 2017-й. С чем я связываю рост в сегменте оборудования премиум-класса? Во-первых, как уже говорил, достигнуто некое дно, и наступила стабильность. Теперь здесь наша нулевая точка, от которой пойдет медленный, но рост. Второе – люди научились жить в этих условиях. Количество квартир и домов премиум-класса не уменьшилось – просто люди дождались момента, когда наступила относительная ясность: есть ли смысл продолжать бизнес и жить в России? И те, кто выбрал Россию, стали дальше строить свою жизнь, вернулись к тому, что они оснащают свои дома хорошим высококачественным оборудованием.

Раньше заказчики премиум-оборудования в основном не задумывались о его стоимости, больше обращали внимание, насколько оно отвечает их личному вкусу, взглядам дизайнеров и архитекторов, с которыми работали. Теперь заказчики стали принимать участие в оценке стоимости. Часто мы общаемся непосредственно с заказчиками, которые хотят проверить обоснованность цены, понять, из чего она складывается, за что они платят.

Сейчас многое изменилось: люди стали думать об отопительных приборах не только как об обязательной составляющей, присутствующей в доме. Современный отопительный прибор может стать полноценным украшением дома, частью дизайна.

О бизнесе в России: плюсы и минусы.

– Если говорить об особенностях бизнеса, то к негативным моментам можно отнести тендерную систему, которая основывается исключительно на стоимости продукта. Она, как мне кажется, совершенно убивает возможность применения дорогостоящего оборудования, которое, помимо цены, обладает рядом других важных характеристик, делающих его

уникальным и применимым на каком-то конкретном объекте. Второе – это последующие эксплуатационные расходы. В основном обращают внимание на первичные инвестиции, на смету затрат на строительство, на наличие оборудования в России и на сроки его поставки, если говорить об импортном оборудовании. В Европе же зачастую выбирают именно оборудование под конкретный проект. Что у нас, по-моему, практически исключено.

Говоря о российских реалиях, можно отметить, что тема энергосбережения практически сошла на нет. Энергосбережением сейчас занимаются главным образом собственники помещений и те строительные компании, которые в дальнейшем планируют самостоятельно эксплуатировать свои объекты. И вот здесь наблюдается положительная тенденция. Собственники начинают считать свои деньги, затраты и делать выбор в пользу энергосберегающего оборудования. Стоит сказать, что за последние 10 лет появились новые специалисты, молодые, пытливые, стремящиеся грамотно подбирать оборудование.

Лет 10 назад спроси вы меня о ситуации с квалифицированными специалистами, я бы ответил, что это просто беда. В то время из профессионалов были в основном люди предпенсионного возраста, а молодых специалистов практически не было. Сейчас же, мне кажется, уже подросло поколение специалистов, которые действительно хотят учиться, разбираться в том, что они делают, и быть в своем деле настоящими профессионалами. Об этом можно судить даже по посещаемости семинаров: люди приходят сами, а не по заданию начальника. Они заинтересованы в получении знаний и саморазвитии.

Несомненно, среди положительных моментов бизнеса в России стоит отметить, что фактически рынок строительства стал гораздо прозрачнее. По крайней мере, это относится к нашему сектору – индивидуальных объектов. В первую очередь это касается работы с теми, кто принимает решение о выборе оборудования. Раньше это были зачастую субъективные решения, основанные в большинстве своем на каких-то личных предпочтениях или отсутствии знаний. Сейчас, общаясь с заказчиком или с проектировщиком, мы говорим именно о характеристиках оборудования, о том, насколько оно подходит для конкретного проекта, чем то или иное оборудование лучше или хуже. Люди не готовы ставить любое оборудование, лишь бы получить процент комиссии или просто сдать проект и забыть о нем. Иногда заказчики собирают несколько производителей, и тендер идет именно по характеристикам продукции.



Какие особенности и тенденции развития нормативной базы Вы можете отметить?

– Наша компания поддерживает ту работу по наведению порядка в нормативной базе по отопительным приборам, которую ведет АПРО. За прошедший год удалось сделать немало, а именно очистить рынок от абсолютно недоброкачественной продукции. Надеюсь, что эта тенденция сохранится, и в массовом сегменте будет присутствовать качественное оборудование. При обсуждении нормативов, в частности обновленного ГОСТ 31311 «Приборы отопительные. Общие технические условия», мы обратили внимание на то, что должны быть и нормативы на монтаж оборудования.

В первую очередь монтировать оборудование должны квалифицированные специалисты, отвечающие за свою работу. Исходя из европейского опыта, неквалифицированный специалист не может работать с оборудованием, будь то замена отопительного прибора или его установка. Во многих странах для специалистов разного профиля необходимо подтверждать свою квалификацию хотя бы раз в пять лет. Если говорить на примере Германии, то все организации проходят необходимую сертификацию



В требованиях, содержащихся в тех или иных нормативных документах, должны сочетаться, с одной стороны, строгость контроля, а с другой – возможность развития индивидуальных и нестандартных решений и разработки в принципе новых методик и технологий.

для проведения монтажных работ. Для устройства на работу монтажники должны иметь соответствующее образование. Если же ты хочешь сам открыть монтажную компанию, то должен иметь не только образование, но и опыт работы в аналогичной организации не менее двух лет. Это связано и со страхованием, и с уменьшением налогов. В Германии можно предоставить справку о проведении монтажных работ для получения налоговых вычетов. Для этого четко фиксируются выполненная работа и использованные материалы. Таким образом, потребитель заинтересован получить весь пакет документов и, соответственно, работать с сертифицированными специалистами.

Возвращаясь к нормативной базе по отопительным приборам, следует отметить важность не только ГОСТ 301311, но и нормативных документов о методах сертификации и о праве сертификации, над которыми сейчас практически завершена работа. Принимая участие в обсуждении этих документов, мы пытались донести понимание того, что существующие методы отбора образцов не всегда рациональны. Сейчас необходимо предоставлять по три образца каждого типоразмера. Это приводит к тому, что по некоторым моделям отопительных приборов требуется предоставить большое количество образцов. При этом ряд отопительных приборов, которые продаются массово в Европе, в России



реализуются поштучно (единично). Продавая в России 30–50 дизайн-радиаторов в год одной модели, нецелесообразно отдавать 60 экземпляров различных типоразмеров данной модели на испытания. Для таких случаев должны быть продуманы другие схемы. Мы были первыми европейскими производителями отопительных приборов, получившими настоящую верификацию в России, поэтому мы не сомневаемся в положительном исходе сертификации. Однако стоимость сертификации ряда моделей обойдется слишком дорого – проще вывести их из России. И это касается не только нас, но и других европейских производителей.

В требованиях, содержащихся в тех или иных нормативных документах, должны сочетаться, с одной стороны, строгость контроля, а с другой – возможность развития индивидуальных и нестандартных решений и разработки в принципе новых методик и технологий.

В последнее время качество изделий российских производителей выросло. Я считаю, что вектор развития выбран правильный, другое дело – нормативная составляющая. То же самое, наверное, касается систем отопления с потолочными подвесными излучающими панелями: уже идут разговоры об отсутствии нормативной базы в данном сегменте. Сейчас обсуждается возможность пересмотра и адаптации европейского стандарта для российских условий. При этом опять-таки встает вопрос о методике измерений и сертификации таких систем. Некоторые продукты, которые сегодня представлены на российском рынке и заявлены как потолочные излучающие панели, по сути, таковыми не являются, потому что лучистая составляющая общей тепловой мощности у излучающей панели должна быть не ниже 60%. Если же эта величина меньше 60%, то и не стоит называть

такие панели лучистыми. Для нас важно, чтобы на рынок выходила продукция только высшего качества и чтобы характеристики показывали не выдуманные киловатты, а данные, проверенные в результате испытаний, отражающие реальные показатели систем, тем самым снимая вопросы к качеству продукции. Собственные расчеты могут быть разные, поэтому данные, которые публикуются, должны быть основаны на единой методике.

Востребованность энергоэффективных систем вентиляции с рекуперацией теплоты – у нас и за рубежом.

– Если обратиться к опыту Германии, то при строительстве индивидуального дома в проект закладываются не только отопление, водоснабжение и канализация, но и в обязательном порядке механическая вентиляция. А с учетом все более строгих европейских норм по энергосбережению потребителю становится выгодно выбирать качественную систему от надежного производителя, в которой реализована рекуперация теплоты вытяжного воздуха. В отличие от российского владельца недвижимости перед немецким не стоит вопрос: нужна ли мне механическая вентиляция? Немецкий застройщик задается вопросом: какую систему вентиляции выбрать? И такая ситуация наблюдается в большинстве стран Западной Европы. Поэтому уровень продаж систем приточно-вытяжной механической вентиляции в Европе значительно опережает российский.

В скандинавских странах (Финляндии, Норвегии, Швеции) существуют свои еще более строгие стандарты для систем механической вентиляции, применяемой в индивидуальном строительстве. Именно поэтому компания Zehnder как с целью расширения своего географического положения на рынке, так и для увеличения ассортимента своей продукции приобрела известную финскую компанию Enervent, занимающую одну из лидирующих позиций как раз на рынках Финляндии, Норвегии и Швеции в производстве и поставках высококачественных и энергоэффективных приточно-вытяжных вентиляционных установок производительностью до 3000 м³/ч.

Что же касается рынка нашей страны, следует отметить, что в последние 2–3 года наблюдается рост интереса к системам механической приточно-вытяжной вентиляции для квартир и домов. Люди начинают понимать, что наличие свежего и очищенного воздуха у них дома напрямую влияет на качество их жизни. 



РАСШИРЯЕТ СВОЮ ПРОДУКТОВУЮ ЛИНЕЙКУ ОБОРУДОВАНИЕМ CLIMAVENETA



A Group Company of **MITSUBISHI ELECTRIC**

Climaveneta — европейский лидер в сфере кондиционирования, отопления и вентиляции с 40-летней историей.

С 2015 года компания входит в состав Mitsubishi Electric Corporation

aircon@mer.mee.com