

Panasonic
agregat z linii Eco i

i chłodzenia sklepów, gdyż wydatki na klimatyzację stanowią jedną z istotnych pozycji związanych z utrzymaniem placówki handlowej. Poszukując odpowiedniego systemu do sklepu, trzeba skalkulować, czy jego zainstalowanie i późniejsza eksploatacja nie naruszą naszej równowagi finansowej – zauważa Tomasz Lenarczyk, product manager air-conditioning department Panasonic Marketing Europe.

Wśród nowoczesnych urządzeń klimatyzacyjnych można znaleźć takie rozwiązania, które pozwolą na ograniczenie wydatków. Wiele nowych modeli jest wyposażonych w sprężarki inwerterowe, które zużywają mniej energii od standardowych klimatyzatorów. Oszczędności mogą sięgnąć 20%, co przekłada się wprost na mniejsze koszty. Nowe urządzenia stają się również coraz bardziej „inteligentne”. Wyposażone są w liczne czujniki, które ▶

Latem CHŁODZI, zimą GRZEJE

20

proc.

Taką oszczędność energii elektrycznej można uzyskać dzięki zastosowaniu klimatyzatorów wyposażonych w sprężarki inwerterowe.

KLIMATYZACJA MOŻE DAWAĆ WIELE KORZYŚCI, ALE MUSI BYĆ ODPOWIEDNIO DOBRANA, NOWOCZESNA I ENERGOOSZCZĘDNA, ABY NIE STANOWIĆ ŹRÓDŁA KOSZTÓW.

Marcin Złoch | mzloch@RETAIL360.pl

Systemy klimatyzacji, ogrzewania i wentylacji są obecnie instalowane praktycznie we wszystkich oddawanych do użytku budynkach komercyjnych, co oznacza, że już stały się codziennością. Wysoka wydajność tych urządzeń, niskie koszty eksploatacji i rozbudowane funkcje sprawiają, że właściciele sklepów chętniej podejmują decyzję o ich montażu. Na rynku znajduje się wiele rozwiązań dedykowanych obiektom komercyjnym, co stwarza możliwość doboru urządzenia odpowiadającego zróżnicowanym potrzebom użytkowników i właścicieli sklepów.

KOMFORT KLIENTÓW

Argumentów przemawiających za zainstalowaniem urządzeń klimatyzacyjnych w sklepie jest wiele. Po pierwsze, chodzi o komfort przebywających w nim osób. Nie jest tajemnicą, że wpływa on na decyzję o tym, jak długo klient pozostaje w sklepie. Przy nieodpowiedniej temperaturze, zarówno zbyt wysokiej, jak

i zbyt niskiej, oraz przy braku świeżego powietrza osoba odwiedzająca placówkę handlową szybko ją opuszcza bez zapoznania się z ofertą, co oznacza utratę szansy na potencjalny zarobek. Z drugiej strony, temperatura we wnętrzu wpływa także na efektywność wykonywania zadań przez pracowników. W momencie, gdy jest zbyt wysoka, może wywoływać u nich senność, apatię i ograniczone zaangażowanie w interakcję z klientem. Nadmierny chłód z kolei powoduje niepokój i rozdrażnienie, a niekiedy infekcje dróg oddechowych.

Innym argumentem przemawiającym za zainstalowaniem systemów zapewniających odpowiednią jakość powietrza jest troska o towary znajdujące się w sklepie. W przypadku sprzedaży produktów spożywczych zbyt wysoka temperatura będzie przyczyniała się do utraty świeżości.

– Klimatyzacja ma przede wszystkim za zadanie zapewnić powietrze o odpowiedniej jakości, dzięki któremu osoby przebywające w sklepie czułyby się dobrze i skoncentrowały się na zakupach. Mając na uwadze komfort klientów, należy jednocześnie pamiętać o finansowym aspekcie ogrzewania





in store & back office

LATEM CHŁODZI, ZIMĄ GRZEJE



ARGUMENTÓW PRZEMAWIAJĄCYCH ZA ZAINSTALOWANIEM URZĄDZEŃ KLIMATYZACYJNYCH W SKLEPIE JEST WIELE. PO PIERWSZE, CHODZI O KOMFORT PRZEBYWAJĄCYCH W NIM OSÓB. NIE JEST TAJEMNICĄ, ŻE WPŁYWA ON NA DECYZJĘ O TYM, JAK DŁUGO KLIENT POZOSTAJE W SKLEPIE.

automatycznie wykrywają warunki panujące w otoczeniu i na tej podstawie same dostosowują swoją pracę, ograniczając zużycie energii, gdy sytuacja tego nie wymaga.

SZEROKA OFERTA

Oferta urządzeń grzewczo-chłodzących przeznaczonych dla sektora handlowego jest dostatecznie szeroka, aby użytkownicy i właściciele sklepów mogli znaleźć w niej systemy odpowiednie do parametrów technicznych ich placówek.

W przypadku małych powierzchni komercyjnych stosowane są często urządzenia zaprojektowane pierwotnie z myślą o użyciu w obiektach mieszkalnych. Dobrym przykładem jest urządzenie klimatyzacyjne

Etherea, które elastycznie dostosowuje swoją pracę dzięki monitorowaniu aktywności i obecności ludzi przy użyciu systemu Econavi, przez co zapewnia niższe zużycie energii. W przypadku większego wnętrza można zastosować system Panasonic Free-Multi łączący kilka jednostek, co zwiększa tym samym wydajność całej instalacji.

W pomieszczeniach, gdzie urządzenia Etherea lub Free-Multi okazały się niewystarczające, użytkownicy biznesowi mogą rozważyć instalację systemów Panasonic PACi. Są to urządzenia o nominalnej wydajności chłodniczej w wysokości od 6 do 25 kW, które mogą zostać zastosowane w średniej wielkości obiektach, gdyż pozwalają na skonstruowanie orurowania o maksymalnej długości 75 m. Pozwalają również na stworzenie

zestawów symultanicznych, szczególnie przydatnych w sklepach z otwartą powierzchnią.

Jeśli chodzi o duże obiekty handlowe, to Panasonic wprowadził niedawno trzyrurowe agregaty z linii ECOi przeznaczone do wysokowydajnych systemów VRF z technologią odzysku ciepła. Nowe modele charakteryzują się bardzo wysokim współczynnikiem COP, czyli stosunkiem mocy wytworzonej do mocy pobranej, sięgającym 4,77 przy obniżonym zapotrzebowaniu na energię elektryczną i mniejszych kosztach eksploatacji. Dzięki temu pozwalają na stworzenie układu składającego się z maksymalnie 52 jednostek wewnętrznych przy połączeniu trzech współpracujących jednostek zewnętrznych i uzyskanie w ten sposób wysokiej mocy 48 KM, która zapewni grzanie i chłodzenie.

Nowoczesne systemy klimatyzacyjne to oprócz urządzeń także oprogramowanie.

Mitsubishi Electric w swej ofercie systemów sterowania posiada oprogramowanie TG-2000A, które pozwala na koordynację pracy 2000 jednostek wewnętrznych. System sterowania pozwala na rozliczenie każdego z najemców za dostarczoną energię ciepłą w sposób automatyczny. Oprogramowanie nie tylko upraszcza zdalną obsługę urządzeń przez Internet, ale przede wszystkim zezwala na rozliczenie zużytej energii elektrycznej przez każdą jednostkę wewnętrzną indywidualnie, w wielu budynkach. W przypadku awarii urządzeń system automatycznie wysyła wiadomość e-mail na wskazany adres – informuje Anna Zalewska-Moneta, specjalista ds. marketingu firmy Zymetric.

KORZYŚCI ZE STOSOWANIA KLIMATYZACJI

▶01

BRANŻA SPOŻYWCZA
– dzięki klimatyzacji może dłużej ekspozycjonować świeże owoce i warzywa, a stąd nie ulegają deformacji.

▶02

BRANŻA ODZIEŻOWA
– w klimatyzowanych salonach z przyjemnością przymierza się nowe ubrania, buty.

▶03

BRANŻA KWIECIARSKA
– w celu maksymalizacji zysków niezbędne jest utrzymywanie temperatury idealnej dla kwiatów w celu zachowania świeżości produktu.

▶04

BRANŻA DROGERYJNA
– oferująca klientom kosmetyki z najwyższej półki jakościowej, gdzie produkty muszą być przechowywane w reżimie temperatury, by nie utracić swoich właściwości.

▶05

BRANŻA MEDYCZNA
(apteki) – ustawodawca narzuca wymagania, jakie powinny spełniać pomieszczenia, i w magazynach ma być utrzymywana temp. na poziomie 14°C.

źródło: Zymetric

R E K L A M A

EMTOR i wszystko się układa

EMTOR - Wyłączny Przedstawiciel marki Yale w Polsce
ul. Włodowska 86, 87-100 Tarnobrzeg
tel. 56 654 89 25, fax 56 654 89 36
www.yale.emtor.pl

Yale
People. Products. Productivity.