

Добровольная сертификация  
на рынке СКС — новый  
тренд или необходимость?

Национальная премия «ЦОДы.РФ»

Номинация: Золотое перо года

Автор: Марьин Евгений  
Владимирович  
Менеджер по работе  
с ключевыми клиентами

т. +7 495 133 17 17  
[www.c3solutions.ru](http://www.c3solutions.ru)

**В Российской Федерации национальная система сертификации начала развиваться еще в середине 1980-х годов, а СДС возникли в 1993 году. Насколько актуальна данная тема для рынка СКС?**

В настоящее время в России отсутствуют отечественные стандарты на компоненты СКС, поэтому применение в полном объеме ФЗ от 27 декабря 2002 года №184-ФЗ «О техническом регулировании» невозможно. Тем не менее для обеспечения высокого уровня гарантийной поддержки и подтверждения качества и безопасности продукции существует добровольная сертификация, которая проводится по собственной инициативе производителя компонентов структурированных кабельных систем. Причем с точки зрения маркетинга, это также и мощный рекламный инструмент для повышения лояльности потребителей и конкурентоспособности изделий на рынке.

Кроме того, со слов Марьина Евгения Владимировича, менеджера по работе с ключевыми клиентами компании C3 Solutions, в отдельных отраслях, где применяются компоненты СКС (оптические кабели или кабели «витая пара», телекоммуникационные и серверные шкафы и прочие товарные сегменты), существуют свои собственные требования к продукции, которые необходимо соблюдать при производстве и проектировании. Например, для атомной промышленности необходим сертификат Федеральной службы по экологическому, технологическому и атомному надзору; для «морской отрасли» — свидетельство об одобрении Морского Регистра судоходства на производство судового кабеля и другие.

Однако на практике в большинстве случаев практически все системы добровольной сертификации (СДС) имеют статус «условно-добровольные». Например, для осуществления поставок компонентов СКС и оказания услуг для нефтегазовой отрасли производителю требуется пройти сертификацию в системе «ИНТЕРГАЗСЕРТ», которая официально на ноябрь 2022 года остается добровольной, но в действительности является обязательным условием для участия в конкурсах/закупках и работы на объектах ПАО «Газпром» и некоторых других нефтегазовых компаний. Аналогичная ситуация складывается с Российским Речным Регистром, Российским Морским Регистром Судоходства, с Военным Регистром, Оборонным Регистром и другими СДС.

Кроме того, начиная с сентября 2019 года, на территории России действуют особые правила, которые определяют участие в тендерах муниципального или государственного назначения на поставку продукции, включенной в перечень постановлений Правительства РФ №878, №616 и №617. Так, если компания-производитель планирует реализовывать подобную продукцию государственным заказчикам или крупным корпорациям с государственным участием, то ей необходимо получить соответствующее заключение Минпромторга и выписку из реестра. По состоянию на ноябрь 2022 года для производителя компонентов СКС существует два релевантных реестра — Единый реестр радиоэлектронной продукции (Реестр РЭП) и Единый реестр российской промышленной продукции (Реестр Минпромторга).

Важно отметить, что появление в РФ новых добровольных и обязательных сертификатов на компоненты СКС в 2023-2024 гг. — весьма актуальный и перспективный вопрос. Причем, по оценке многих экспертов, разработка нормативных документов в области построения и проектирования ЦОД может стать драйвером к введению как обязательной, так и добровольной сертификации на компоненты СКС, в частности — телекоммуникационные и серверные шкафы, оптический кабель, компоненты оптической системы и др.

Таким образом, проведение добровольной сертификации компонентов СКС целесообразно в том случае, если:

- планируется участие в тендерах (ФЗ-44/ФЗ-223);
- рассматривается возможность участия в национальных проектах;
- планируется заключение договора с новыми деловыми партнерами или получение инвестиций;
- имеет место цель увеличить товарооборот за счет повышения спроса на продукции (нанесения знаков качества СДС на упаковку изделий);
- имеет место цель улучшить репутацию торговой марки и укрепить лояльное отношение целевой аудитории.