

Рынок офисного освещения: новости и перспективы

Что происходит сегодня в России на рынке офисного освещения? На какие тренды надо обратить внимание? К чему присмотреться и к чему подготовиться? Какие проблемы готовиться решать?

Артем Когданин, директор по инновациям LEDEL (IEK GROUP)



– Что происходит сегодня в России на рынке офисного освещения?

Артем Когданин: Рынок офисного освещения в России сегодня полностью сформирован и достиг абсолютного минимума с точки зрения соотношения цены и качества. Стандартные офисные светодиодные светильники стоят дешевле, чем светильники на обычных лампах, которые из разряда массовых попали в разряд декоративных.

– Какие основные тенденции вы могли бы отметить?

Артем Когданин: Одним из наиболее распространенных решений в офисном освещении становится биодинамическое освещение и равномерная засветка.

Большие перспективы у бэклайта, поскольку он позволяет получить более равномерную мягкую засветку без изменения спектра. Такие светильники комфортнее для зрения и не создают слепящего эффекта, благодаря снижению габаритной яркости и возможности изменения цветовой температуры.

Будут появляться более сложные технические решения, такие как системы управления, получившие широкое распространение уже сегодня.

– На какие интересные технические решения стоит обратить внимание?

Артем Когданин: В первую очередь это системы управления и бэклайт. В ближайшем времени могут появиться многофункциональные светильники, комбинирующие равномерную засветку и акцентное освещение. И пользователь, исходя из своих потребностей, сможет выбирать один из необходимых режимов.

– Насколько широко в России сегодня внедряется «умное освещение» в офисах? Каковы перспективы его внедрения?

Артем Когданин: Многие мировые компании уже оценили преимущества внедрения умного освещения в офисах. Качество света и увеличение произво-

дительности труда сотрудников сейчас волнует все большее количество компаний. Безусловно, тенденция к оснащению российских офисов биодинамическим освещением будет постепенно перениматься. Для этого важно уделять внимание качеству света, возможности управления цветовой температурой в зависимости от времени суток, снижению яркости светильников при достаточном уровне естественной освещенности. Все это сказывается на самочувствии и продуктивности сотрудников в течение дня. Однако, по моим наблюдениям, во многих компаниях надо начинать как минимум с замены офисного освещения на более качественное и современное, тогда необходимость в ежегодной замене перегоревших светильников отпадет сама собой.

– Какие основные проблемы, на ваш взгляд, есть сегодня на этом рынке?

Артем Когданин: В первую очередь – отсутствие четких критериев оценки качества светильников. Клиент просто теряется при выборе продукта.

Светильники низкого качества входят в разряд массовых и занимают большой финансовый сегмент, соответственно являются первыми, которые проходят тесты. Это порождает ситуацию, когда клиент становится заложником людей, умеющих хорошо убеждать, – хороших маркетологов, и выбирает продукт с наименьшей ценой.

Решение проблемы – повышение уровня экспертности клиента путем предоставления четких критериев для самостоятельной оценки продукта. Эта миссия должна быть возложена на регулирующие органы, а не на производителей.

– На что обращать внимание первую очередь при выборе продукции и поставщика для офисного освещения?

Артем Когданин: В первую очередь необходимо определиться с собственными ожиданиями. Если это временный офис, ваше полное право не обращать внимание на качество света.

Если это временный офис, ваше полное право не обращать внимание на качество света. Если вы хотите оформить офис в лучших европейских тенденциях с условиями, способствующими увеличению произ-

В первую очередь обращайте внимание на то, сколько юридически компания существует на рынке. Срок гарантии продукта не должен превышать срока существования компании. Купив продукцию у новичка, есть риск остаться без гарантии вообще.

Конечно, бывают исключения. Для того чтобы понять, насколько качественный продукт вы покупаете, желательно получить обратную связь от постоянных клиентов компании.

Основная часть клиентов с нами уже давно. Мы не используем агрессивный маркетинг как уловку. Но делаем многое для повышения экспертности наших клиентов при выборе необходимого оборудования. Например, обращаем их внимание на то, из каких компонентов состоит светильник.

Не стоит забывать, что даже у самых дорогих драйверов нормальная степень брака может доходить до 5%. То есть 5% светильников выйдет из строя. Нормальная степень браковки у наших драйверов – менее 0,01%.

Важно опираться на достоверную информацию от реальных клиентов компании, а не доверять шаблонным отзывам.