

Чтобы воплотить идею в реальность, нам потребовалось пять лет

Пять лет назад LEDEL была одной из трех первых компаний в России, производящих светодиодные светильники. Сейчас их 4,5 тысячи. Как не стать аутсайдером на рынке светотехники, рассказал Артем Когданин, технический директор, автор всех разработок компании LEDEL.



— Как компания может охарактеризовать российского потребителя светодиодной светотехники с точки зрения его компетенции, инженерного, научного или производственного подхода, а не с точки зрения объема продаж на российском рынке? Другими словами, каково «качество» российского потребителя по версии LEDEL?

— Если сравнивать современного российского потребителя и потребителя 2009 года, то, безусловно, он сильно вырос в плане компетенции, в знании светодиодной светотехники. В начале нашей деятельности, когда мы предлагали светодиодные светильники потребителям, встречный вопрос был: «А что

это такое?» Сегодня любой главный энергетик на любом предприятии начинает интересоваться маркой светодиодов, коэффициентом мощности драйвера, пульсациями, то есть клиент уже знает, что такое светодиодное освещение. Цена сейчас, безусловно, играет роль, но кроме цены покупатели смотрят и на технические параметры изделия. Есть, конечно, моменты, неизвестные клиенту, их нужно объяснять.

На предприятиях существуют определенные программы энергосбережения, которые исходят от руководства, поэтому половина наших заказов обусловлена именно соблюдением данных программ. Вторая половина клиентов приходит к выбору светодиодного освещения самостоятельно, желая достичь более высоких показателей освещенности и избежать многих проблем, связанных с регулярной заменой ламп. Чаще всего это небольшие инновационные предприятия, возглавляемые молодыми руководителями, либо предприятия с иностранным капиталом. В подобных компаниях довольно жесткие нормы по освещенности, требующие неукоснительного соблюдения.

— Компания применяет светодиоды производителей самых известных брендов. Как складываются отношения у LEDEL с ними: расценивают ли они LEDEL как существенную долю отечественного рынка, учитывая масштабы компании? Или LEDEL — гибкая в отношении брендов компания и свои устройства может оснащать светодиодами любых производителей?

— В своих светильниках мы используем продукцию Cree и Osram — они лидеры рынка светодиодов. Сначала мы установили контакты с компанией Cree, потом подклю-

чился бренд Osram. У этих изделий отличные световые характеристики, высокая надежность и приемлемая для нас цена. Иногда бывает так, что стоимость данных диодов ниже, чем аналогичных, но китайского производства. Мы тесно сотрудничаем с обеими компаниями и являемся их крупным покупателем. Практически каждый месяц к нам приезжают специалисты и Cree, и Osram, интересуются, как мы применяем светодиоды, дают технические советы и рекомендации — то есть всячески помогают улучшить производственный процесс. По словам представителей этих компаний, LEDEL находится в тройке крупнейших потребителей их продукции и занимает существенную долю отечественного рынка.

Мы пробуем и другие светодиоды. Например, серия ЖКХ оснащена изделиями Seoul Semiconductor. Но наш покупатель достаточно консервативен, он привык к гарантированному качеству приборов Cree и Osram, поэтому мы не хотим снижать планку.

— Какие преимущества использует LEDEL в борьбе с азиатскими «коллегами» за рынок? Ведь качество светодиодной светотехники уже достигло приемлемых показателей и там.

— Действительно, за последнее время китайский продукт «подтянулся». Особенно это касается блоков питания и их электротехнических характеристик. Не секрет, что многие российские производители применяют блоки питания азиатского происхождения. Но в этой хлынувшей массе китайских светодиодных светильников потребителю трудно выделить качественный продукт — ведь только один из десяти китайских светильников соответствует заявленным параметрам.

Важно понимать, что в основном покупатель сталкивается с псевдороссийским продуктом. Такие светильники состоят из китайских комплектующих, но выпускаются под российской маркой. С подобными

изделиями бороться сложно, ведь они воспринимаются как российские, но при этом вдвое дешевле. У LEDEL есть технологическое преимущество: те решения, которые мы сейчас применяем, еще не доступны нашим азиатским конкурентам.

Для того чтобы противостоять таким конкурентам, мы уделяем большое внимание сервису. Наши светильники реализуются через развитую дилерскую сеть. Также LEDEL предлагает расширенную гарантию, широкую техническую поддержку и для дилеров, и для конечных потребителей. Она включает выезд к заказчику, бесплатный светотехнический аудит и консультации при монтаже.

Еще один инструмент, который мы считаем эффективным, — регулярные семинары. Если конкурирующие компании рассказывают в основном о своем продукте, мы стараемся дать людям полезную информацию, она пригодится им в дальнейшей практической деятельности. Необходимо помнить, что в китайских светильниках не учитываются особенности российских условий. Бывает так, что азиатский прибор просто невозможно установить на столбе, не нарушая ГОСТ. Естественно, возникает много трудностей с монтажом и обслуживанием.

— Что является основным в выборе новых направлений разработок целевой светотехники: собственные знания конъюнктуры и проблем светодиодного освещения или все диктуется заказчиком?

— Если мы считаем, что на рынке назрел спрос на какой-либо продукт и он будет пользоваться популярностью, то начинаем заниматься его производством. Наш отдел разработок тесно сотрудничает с заказчиками и постоянно собирает информацию и у маркетингового отдела, и у отдела продаж. На ее основе мы выработываем концепцию, согласно которой определяется, какие продукты должны появиться на рынке. Решения возникают благодаря четкому пониманию, что может понадобиться клиенту в будущем, чтобы сделать его жизнь проще.

— Если разделить всю светотехническую продукцию компании на составляющие по областям применения (офисное, уличное, техническое, другое освещение), то как распределяются эти доли?

— По объему реализации офисное, уличное и промышленное освещение занимает у нас примерно равные доли — по 30%, соответственно, эти сегменты для нас ключевые. Доля же бытовых и ЖКХ-светильников в нашем производстве падает, сейчас она составляет чуть меньше 10%. Хотя данная область нам менее интересна, мы продолжаем работать над ней, поскольку нужно развивать ассортимент.

— Не планирует ли компания LEDEL заниматься собственным производством светодиодов? Это выглядит вполне логично: под силу окажется любое светотехниче-

ское решение, особенно в комплексе с возможностями по производству вторичной оптики.

— Компания не планирует заниматься производством светодиодов, потому что это экономически нецелесообразно и мы не сможем быть на пике технологий. Приобретая диоды Cree и Osram, мы уверены, что наш продукт будет обладать высокой энергоэффективностью, высоким качеством света и стабильной работой на протяжении многих лет. Если мы сами займемся изготовлением, то экономически ничего не выиграем. Плюс не будет уверенности, что у нас лучшие светодиоды в мире. Поэтому мы и не собираемся заниматься их выпуском.

Что касается вторичной оптики, да, у нас есть оборудование для ее производства, и это действительно экономически целесообразно, поскольку вместо нескольких десятков линз мы используем одно изделие, заменяющее и вторичную оптику, и защитное стекло.

— Работает ли инженерная мысль компании над созданием светотехнических устройств для специального применения: светодорожки, прожекторы, светосигнальная техника, оптические системы передачи информации на основе светодиодов?

— Инженерная мысль компании работает над тем, что у нее лучше всего получается, — это светодиодные светильники. В поле наших интересов входят уличная серия, промышленная, офисная и новый для нас сегмент — светильники для торговых помещений, в частности, акцентное освещение для магазинов одежды, продуктов и так далее. Кроме того, работаем над усовершенствованием прожекторов для подсветки архитектурных сооружений.

Что касается светосигнальной техники на основе светодиодов — это не наш профиль, мы этим не занимаемся. Рынка сбыта нет, и развивать его нет смысла.

— Если возникнет выбор при условии, когда только одно приводит к увеличению стоимости, что вы предпочтете: энергоэффективность светильника или высокое качество светодиодов и оптимальное светораспределение?

— Это все равно как спросить у разработчика автомобилей, что вы выберете: двери, фары или колеса? В данном случае мы бы могли пренебречь энергоэффективностью, но в разумных пределах. Качеством светодиодов пожертвовать нельзя, так как срок службы светильника превышает 20 лет. Кроме того, мы не можем пожертвовать оптимальным светораспределением, ведь это основной показатель качества светильника, а потому качество светодиодов и светораспределение должно всегда оставаться на высшем уровне.

— Как вы оцениваете ресурс наработки ваших изделий: соответствует ли он в действительности декларируемым цифрам, и как вы оцениваете или прогнозируете

его? Насколько серьезен контроль качества продукции?

— Мы применяем компоненты только проверенных производителей. Компания запрашивает у них те компоненты, которые будут функционировать в наших светильниках нужное количество лет. К тому же на каждую деталь, вплоть до винтиков, мы можем предоставить клиенту технический паспорт с указанием срока наработки. Причем производители светодиодов указывают реальный срок эксплуатации, а не данные, полученные в результате цифрового вычисления. У нас есть испытательный стенд, где мы испытываем светильники на протяжении пяти лет.

Качество продукции проверяется на каждом этапе изготовления каждого модуля. У нас свое производство драйверов и других комплектующих, поэтому любое изделие проходит несколько этапов контроля качества. Первый этап — проверка драйвера на соответствие всем параметрам. Второй — тестирование всей электроники после первичной сборки. Третий этап проверки происходит после окончательной сборки светильника. Четвертый этап — проверка Отделом технического контроля. ОТК — структура независимая, проводит долгосрочное тестирование светильников. Отдел заинтересован выявить любую неисправность, поскольку за каждый найденный брак его сотрудники получают деньги. Словом, у нас четыре этапа контроля качества. По предварительным итогам 2013 года процент брака составил 0,25%.

— Как вы считаете, всегда ли рынок светотехники продвигается в «правильную» с вашей точки зрения сторону — в плане развития той или иной сферы применения светодиодного освещения? Считаете ли вы, что при несовпадении предполагаемой вами стратегии с реальностью сможете повлиять на направление развития рынка?

— Первый офисный светодиодный светильник сделала именно компания LEDEL, и таким образом мы серьезно повлияли на направление развития рынка. До сих пор тот конструктив, который мы придумали, составляет 90% на рынке. Примерно такая же ситуация произошла и с уличным освещением. Разработанная нами конструкция из алюминиевого профиля в последующие два-три года была использована практически всеми производителями уличного освещения. То есть и тут нам удалось повлиять на направление развития рынка. Что касается промышленного освещения, сейчас применяется в основном традиционная форма светильников — «колокол». Тут наша мысль не совпала с общей тенденцией рынка. В будущем, я думаю, ничего революционного не произойдет. Компании-изготовители будут работать над улучшением оптических характеристик, над повышением энергоэффективности, чтобы в итоге получить лучший результат при меньших затратах. ●