

# Вывеска. Составляющие качества: подсветка

**И**сторически так сложилось, что цены на световые вывески зачастую спрашивают (и назначают) как на стекло или фанеру — по квадратным или погонным метрам.

Часто ли потребители задаются вопросом — а что является составляющими цены (если не ограничиваться знанием так называемых средних «рыночных» цен) за те же квадратные или погонные метры?!

И нужно ли покупателям световых вывесок, оценивающим «товар» по **внешним** показателям, представляющие о том, из чего вывеска состоит **внутри**?



Наше мнение — нужно. Хотя бы в том объёме, в котором это влияет на формирование цены изделия и является критерием качества и надёжности его работы.

Основной составляющей (и по цене, и по значению) любой световой вывески является её система подсветки.

Показателей здесь два: применяемое оборудование (комплектующие) и технологии монтажа.

## 1. Оборудование:

Наиболее распространено использование дроссельных люминесцентных ламп, иначе именуемых «лампами дневного света». Здесь у производителей вывесок выбор богатый: в продаже есть изделия любых торговых марок: Philips, Sylvania, Osram и т.д., вплоть до отечественных и белорусских. Выбор по критерию надёжности здесь, к сожалению, не за отечественными изготовителями. По критерию цены ситуация обратная: 1 лампа и оснастка Philips в комплекте (лампа, держатели, патроны, провода, дроссель, пускорегулирующее устройство) стоит около \$10, отечественный аналог \$3-5. Да и Philips есть производства Голландии, а есть и Польши. Здесь цена и надёжность в той же зависимости. Выбор за конечным покупателем, который должен знать, за что платит. Ведь бывает, что некая фирма-производитель вывесок не обращает внимания заказчика на такие «мелочи», как выбор светового оборудования. В результате, заказчик платит дважды — сначала за само изделие, потом за его ремонт. Ведь в «рыночной» цене пресловутого квадратного метра заложена стоимость импортного оборудования, и составляет она в среднем до 30% от общей стоимости вывески. Мы же познакомили вас только с частью «нюансов», которыми владеет любой производитель.

## 2. Технологии сборки:

Вы видели вывески, у которых рекламное поле имеет не сплошную засветку, а «зебру» из светлых и тёмных полос? Это следы люминесцентных ламп. Производители говорят в таких случаях: «лампы бьются». Причин здесь две — некачественный материал рекламного поля (эта тема выходит за рамки на-

шей светотехнической экскурсии) или увеличенный сверх нормы шаг ламп, не позволяющий обеспечить равномерное рассеивание света. Кто-то может и не обратить внимания на такую «мелочь», а производителю прямая выгода: меньше рядов ламп — ниже себестоимость. Культура и правильность сборки электрооборудования влияет не только на эстетику изделия в целом, но и красноречиво говорит о профессиональном уровне изготовителя.

В большинстве случаев отказы в работе систем подсветки происходят по причине некачественного монтажа электрооборудования.

Не стоит также забывать, что световая вывеска, по своей сути, является достаточно сложным электротехническим изделием, работающим в агрессивной среде, имеющим повышенную пожароопасность и опасность поражения электрическим током. Поэтому применяемое электрооборудование, принципы его монтажа и эксплуатации регламентированы целым пакетом нормативно-технической документации (вплоть до ГОСТов).

### Вот только некоторые требования:

— монтаж электрооборудования должен осуществляться на диэлектрические поверхности (если уж производитель, ради экономии, вместо задней стенки вывески использует лист кровельного железа — то хотя лампы пусть монтирует на проставки из пластика);

— обязательно наличие защитного заземления и зануления корпуса вывески;

— сечения проводов и типы соединительных устройств должны соответствовать рабочим токам и иметь соответствующий класс защиты и т.д.

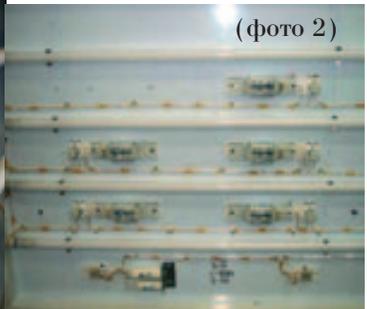
Но и эти требования соблюдаются не всегда.

Взгляните на приведенные фотографии электрооборудования вывесок:

Фото 1 — эта картина открылась перед специалистами компании «Рекол» во время проводимого ими ремонта вывески крупного магазина.



(фото 1)



(фото 2)

Фото 2 — а это — результат работы сборочного участка компании «Рекол».

Всем, кто планирует приобретать вывески, компания «Рекол» желает адекватного соотношения цены и качества! ■

Директор компании «Рекол» Черныш С.А.

**РЕКОЛ**  
РЕКЛАМНАЯ ГРУППА  
Санкт-Петербург,  
Набережная Обводного канала, дом 64, корпус 2  
Т./факс: (812) 166-27-77; E-mail: rekol@peterlink.ru  
Http:// www.rekol.ru