



«РИФАР»-2023: дороги, которые мы выбираем

Закончился 2023 год, все подводят итоги. О том, чем этот год запомнился, каких результатов удалось достичь и что впереди, редакция журнала побеседовала с Александром Игоревичем Солодченко, директором московского представительства АО «РИФАР» – члена НП «АВОК» категории «Премиум».

С какими результатами «РИФАР» завершил 2023 год?

Как таковые итоги еще не подводили. Одно можно сказать абсолютно точно: все, что мы произвели в этом году, мы продали. Для нас это своеобразный показатель, который свидетельствует об устойчивом положении компании, несмотря на замедляющуюся ситуацию в строительной отрасли в целом и подорожание продукции.

Тем не менее вы можете выделить какие-то особенно значимые для компании события?

Год был очень насыщенным. Мы расширили свои международные контакты, развивали производство и сервис, по результатам общенационального голосования «Народная марка 2023» радиаторы отопления RIFAR второй год подряд признаны Маркой № 1

в России. Однако я бы все-таки выделил другой аспект, может быть, не такой заметный, но точно значимый – это научно-исследовательская работа компании. В частности, совместно со специалистами по коррозии металлов Университета науки и технологий МИСИС мы провели несколько исследований, результаты которых представлены в международных публикациях и касаются коррозионных процессов в радиаторах отопления. Мы смогли значительно продвинуться в исследованиях данного направления.

Также в этом году мы приняли участие в создании металлургического стандарта. «РИФАР», «Северсталь», и ЦНИИЧермет им. И. П. Бардина разработали стандарт на сталь с пониженным содержанием коррозионно-активных неметаллических включений. Необходимость разработки этого документа долго обсуждалась в профессиональных



кругах, в России подобных нормативов до сих пор не было.

Сейчас стандарт находится на стадии выхода. Иногда рабочие процессы были достаточно напряженными: мы отстаивали интересы потребителя и его право получить надежное изделие, которое не ржавеет в процессе эксплуатации и не подвергается коррозии, при этом имеет адекватную стоимость. «Северсталь», со своей стороны, представляли интересы производителя стали, озвучивая возможности производства, а ЦНИИ-чермет им. И. П. Бардина выступал своего рода третейским судьей. Необходимо было соблюсти баланс интересов, согласовать все с металлургами и отразить в стандарте то, что металлурги в состоянии сделать. В результате, надеюсь, у страны появится стандарт, который в т. ч. подстегнет металлургическую отрасль производить качественный металлопрокат.

Вы остались довольны результатом этой работы?

Да, безусловно. Понимаете, это такая тихая работа, которая, может, и не заметна, однако имеет долгосрочные перспективы.

Именно такую работу я считаю более серьезной и значимой, чем получение премий. Да, это отнимает ресурсы, время, заставляет погружаться в тонкости металлургии, причем на уровне электронно-эмиссионной микроскопии. Но все это себя оправдывает. Разработанный стандарт должен стимулировать отрасль работать более эффективно. Мы планомерно движемся к тому, чтобы, скажем так, сделать продукт, который будет сопротивляться разгильдяйству российских систем ЖКХ. Т. е. если ЖКХ ничего не собирается делать с качеством теплоносителя в ряде регионов, то давайте хотя бы мы, производители, со своей стороны приложим усилие, чтобы изменить ситуацию, и сделаем отопительный прибор менее подверженным коррозии. Этим и занимаемся.



Вы упомянули расширение международного сотрудничества. Появилось новое направление?

Да, это Центральная Азия. В этом году мы впервые участвовали в выставке за пределами страны, в Ташкенте. Новый опыт и непривычный формат полностью перезагрузили наше представление о таких мероприятиях. Я был приятно удивлен организацией, ме-

стом, работой самой выставки. Все очень легко, дружелюбно и комфортно! У меня, как у человека, не знающего узбекского языка, не возникло никаких проблем в общении, удалось рассказать и о нашей работе, и о продукции. Чувствовалась заинтересованность специалистов.

Вообще в этом году мы очень много работали с Узбекистаном, наметился достаточно уверенный интерес к нашим предложениям, и в первую очередь со стороны монтажников. В основном мы общались со строителями, монтажниками и ретейлом. И, судя по обратной связи, видны большие перспективы расширения нашего присутствия на рынке Узбекистана.

А что касается вашей производственной деятельности? В предыдущем интервью вы говорили о необходимости интенсифицировать развитие линейки трубчатых радиаторов TUBOG, удалось ли это?

С TUBOG получилось интересно и довольно неожиданно для нас. Ушедшие с рынка компании, скажем так, «освободили поляну». И мы оказались не готовы к тому, чтобы сразу ее занять. Нельзя просто увеличить производство, не подтягивая качество. Тем более когда речь идет о новом продукте. Поэтому особенно приятно, что профессионалы отрасли – европейские производители, ознакомившись с нашими трубчатыми радиаторами,



были удивлены тем фактом, что мы смогли освоить такую цепочку технологий и получить продукт такого качества в сжатые сроки. Это информация из первых рук, что называется! Просто так запустить подобное производство достаточно сложно. Особенно в сегодняшней ситуации, когда есть проблемы и с кадрами, и с технологиями, и с поставками различного оборудования. Увеличивать кратно производство всегда достаточно сложно, а тем более в подобных обстоятельствах.

И как решается эта проблема – производство TUBOG под заказ?

Есть такая практика, но надо признать, что она не всегда удобна, в первую очередь потребителю, потому что иногда мы элементарно не успеваем выполнять заказы, хотелось бы ускориться. Мы над этим серьезно работаем и стараемся выстроить все технологические цепочки так, чтобы человек в любой момент мог понимать, где заказ и когда он его получит. В общем-то, наверное, это и было основным посылом в 2023 году – при увеличивающемся объеме производства сохранить качественную составляющую, сохранить ассортимент и в т. ч. цветовые решения. Мы определили основную палитру из 36 цветов, которые сделали складской позицией, обозначив как стандартную технологию. Конечно, всегда есть люди, которым требуется эксклюзивный цвет, и они по-прежнему могут его получить. Но в целом мы приняли решение сократить количество цветовых решений, чтобы быстрее выполнять заказы, при этом предлагая потребителю достаточно разнообразную палитру.

Мы продолжаем формировать сами для себя требования к тому, как должен выглядеть этот продукт – трубчатый радиатор. Раз уж мы пошли по такому тяжелому пути, как производство полного цикла, то не для того, чтобы сделать пару радиаторов. Мы научились их промышленно производить. Значит, скоро найдется время все представить в удобном

для потребителя формате: вот каталоги, сайты, понятная архитектура реализации этого продукта. И тогда с полным правом сделаем для себя отметку, поставим флажок – готово, трубчатые радиаторы на территории этой страны делает «РИФАР»!

Надо отметить, что совмещать на одном заводе производство и литых секционных, и трубчатых радиаторов очень сложно. Это совершенно разные клиентские группы, цветовые решения, комплектация и т. д. Думаю, что 2024 год будет посвящен в большей степени секционным радиаторам. Делать упор в следующем году на TUBOG большого смысла нет, потому что на сегодняшний день это направление и так хорошо загружено. Надо справиться с тем, что есть, и спокойно развиваться.

Тем не менее вам удается совмещать два направления, несмотря на все сложности.

Нас очень выручает та работа, которую мы сделали несколько лет назад. Мы построили свои инструментальные производства для пресс-форм. Мы научились их делать. Завод не испытывает никакого дефицита в оснастке и в технологиях. И мы совершенно спокойно работаем, производя все самостоятельно. Все это позволяет производству работать, и работать эффективно!

С хорошей пресс-формы можно сделать примерно 500 тыс. съемов. Это очень хороший результат. И это по алюминию.

На сегодняшний день у нас развязаны руки, мы можем делать валковый инструмент, любые трубы, штампы для холодной непрерывной штамповки, пресс-формы, всевозможный вспомогательный инструмент и оборудование. И все это воплощено в одном предприятии.

При этом вы продолжаете активно развивать работу со специалистами?

Безусловно, в этом году мы потратили много времени на проведение различных семинаров.

Наша команда посетила 17 городов, при этом зачастую в каждом из них проводился не один семинар. Всего проведено порядка 40 подобных мероприятий.

Наша методология направлена не на продажи оборудования, первоочередная задача – рассказать специалистам о гарантиях, качестве изделий, методах производства и контроле качества. Наша задача объяснить, чем мы отличаемся, как это сделано, почему сделано именно так.

Также в этом году отдельное внимание мы уделили профессиональным техническим учебным заведениям, готовящим монтажников, слесарей. В некоторые из них передали стенды с образцами и рекламные материалы, провели несколько конкурсов и обучающих семинаров.

Т. е. в основном вы развивали работу с монтажниками?

Не только. Много работали с дизайнерами. В этом году мы принимали участие в выставке «Российские дни дизайна». Для нас это работа на перспективу. Ведь в мероприятии участвуют прежде всего дизайнеры интерьеров, люди, которые непосредственно контактируют с клиентом, продавая ему идею интерьера. В этом разрезе нам хотелось донести до дизайнеров и проектировщиков мысль, что радиаторы – это неотъемлемая часть интерьера, которая может стать ярким акцентом. Парадоксально, но зачастую систему отопления закладывает тот, кто к ней отношения особого не имеет – дизайнер. И по сложившейся практике он старается спрятать, замаскировать прибор отопления. Проектировщики и монтажники оказываются перед фактом наличия дизайн-проекта. Заказчику картинку продали, и он хочет, чтобы все ей соответствовало.

Именно поэтому мы стали ориентироваться на работу с дизайнерами, чтобы внедрить понимание, что современный радиатор – это эстетическое решение. Его надо вытащить наружу. Во-первых, он так греть будет лучше. Во-вторых, зачем прятать отопительный прибор и организовывать пылесборники, когда из системы отопления можно сделать эстетически приятный образ. Поэтому 2023 год был посвящен еще и тому, что мы отработывали тематику эстетического радиатора.

С этой же целью мы приглашали дизайнеров интерьеров и на производство, буквально последняя такая группа в этом году была из Санкт-Петербурга. На экскурсию приехали и блогеры, и дизайнеры, и монтажники. Когда люди, прямо скажем, нечасто бывающие на производстве, видят весь процесс, они начинают другими глазами смотреть на конечный продукт, в нашем случае – радиатор.



А что касается цифровизации продуктов?

Мы полностью оснастили все фирменные центры, провели обучение и донесли тонкости продукции до специалистов. В общем, выполнили весь комплекс работ, который был необходим для грамотного продвижения и максимально комфортного применения нашего оборудования. Логично завершают эту цепочку пакеты BIM-моделей. Они находятся в свободном доступе, их можно скачать.

Конечно, этому предшествовала кропотливая работа: эксперты протестировали наши BIM-модели и мы, выслушав критические замечания, доработали продукт.

Также в этом году, чтобы разнести два направления – трубчатые и секционные литые радиаторы, – был запущен сайт Tubog.ru.

Уже строите планы на 2024 год?

Конечно, и собираемся их озвучить в феврале на выставке Aquatherm Moscow. С этого момента начнется официальная версия того, что мы будем делать. Планов много, начинаем воплощать их в жизнь. И на выставке уже будет что продемонстрировать. Приходите, нам есть что показать! ●



rifar.ru