



RIFAR



«РИФАР»-2024: ПОДВОДИМ ИТОГИ

Вот и закончилось еще одно путешествие длиной в 12 месяцев. Подводя итоги 2024 года, Александр Игоревич Солодченко, директор московского представительства АО «РИФАР» – члена НП «АВОК» категории «Премиум», рассказал редакции журнала о наиболее значимых результатах компании в прошедшем году и поделился планами на 2025 год.

С какими результатами компания подводит итоги 2024 года?

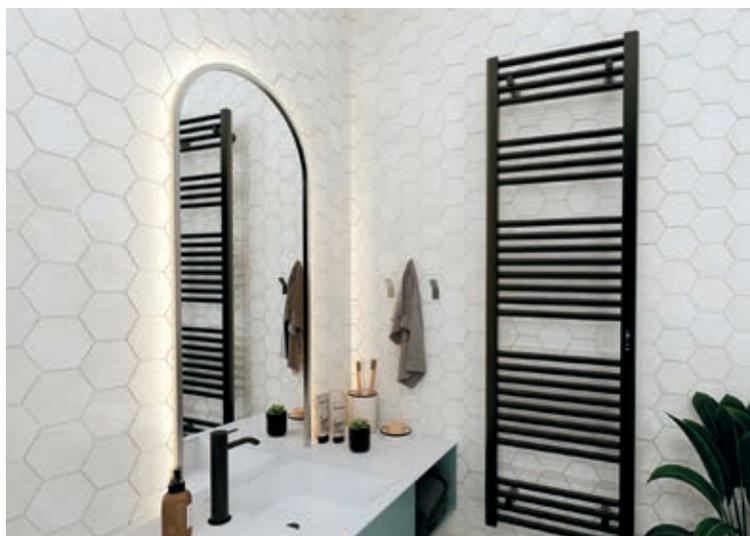
Если сравнивать с предыдущим годом, объем продаж в денежном выражении вырос на 11 %. Свой вклад в этот показатель внес второй завод TUBOG, который развивается достаточно интенсивно. Кроме того, мы локализовали несколько поточных производственных линий и установили новое оборудование.

Понятно, что были моменты ценового характера, сказалась инфляция. Тем не менее озвученная цифра говорит именно о росте, и в тех реалиях рынка, в тех условиях конкуренции, которые

имеются сегодня, я думаю, это неплохой показатель.

С точки зрения нашего подхода ничего не изменилось: мы остаемся компанией, которая старается дотошно разобраться с каждым техническим моментом.

Мы сохранили и продолжили производство инструментов, которые сегодня сложно изготовить. Последнее особенно ценно в ситуации, когда ушли немецкие производители станков, европейские производители режущих инструментов и все производители высоколегированной стали. На этом фоне, по идее, мы должны были закрыться, т. к.



производить пресс-формы тем инструментом и из тех материалов, что сегодня предлагает рынок, нереально. Форму сделать можно, вопрос в том – какую? Мы даже провели эксперимент: изготовленная форма смогла сделать 3000 съёмов вместо 300 000 положенных. Разница огромная! Однако мы нашли решения, которые позволили нам работать как прежде, производить в том же объеме, из тех же материалов, теми же методами и с тем же высоким качеством.

Мы сохранили отношения со многими поставщиками, которые продолжают работать с нами, несмотря на сложившуюся конъюнктуру.

Кроме того, «Рифар», наверное, самое локализованное предприятие среди российских компаний, производящих отопительные приборы. В прошлом году нам поступило предложение производить нашу продукцию в Китае. Изучив вопрос, мы увидели достаточно низкое качество и технологическую оснащенность, которая нас не впечатлила, и поняли простую вещь: мы на несколько шагов впереди и особо не стоит беспокоиться. А вот если бы китайский продукт был действительно сильный – это был бы сигнал, что необходимо повышать уровень и что-то менять.

В 2024 году наш модельный ряд пополнился электрической серией, в которую вошли два маслянонаполненных радиатора. Это отопительные приборы для помещений с возможностью стационарной установки, укомплектованные кронштейнами. В радиаторах установлены ТЭНы второго класса. К сожалению, они не производятся в России, наша промышленность еще и близко не подошла к этому. Блоки управления с гарантией, срок эксплуатации минимум 10 лет. И надо понимать, что если мы говорим о такой длительной эксплуатации, то и

платы, и кнопки, и провода, все должно быть соответствующего качества! Соответственно, блоки управления достаточно массивные, потому что невозможно реализовать долгосрочную электронику на микроклавишах, тоненьких проводочках и паяных контактах. Тот же провод должен быть не менее 2,5 мм. Вот мы и выбрали тот вариант, который работает долго.

Отдельно стоит сказать о наших электрических полотенцесушителях с сухим кабелем, которыми мы сейчас очень плотно занимаемся. По сути, мы сделали биметаллический полотенцесушитель, а это – стальные трубы и коллекторы из алюминия.

Полотенцесушители классической конструкции в разных размерах, шириной 450–500–600 мм и высотой 800–1200–1500–1800 мм. Планируются как просто прямые, так и с радиусом изгиба, два вида с четырьмя типоразмерами, все это на достаточно комфортном управлении. На полотенцесушителе можно выбрать расположение провода – справа или слева. И как всегда, когда речь идет о нашей продукции, будет достаточно широкая палитра – пять-шесть цветов.

Сегодня мы готовы поставить изделия новой серии на рынок и начать полномасштабную работу.

Вы всегда активно проводили различные выездные мероприятия. Каковы итоги этого направления?

В течение 2024 года мы провели около 45 мероприятий – это цифра только по семинарам. Была проделана большая работа. В прошедшем году мы перешагнули уровень семинаров и перешли к форумам, позволяющим охватить большее количество тем, затрагивающих отопительные приборы не только с точки зрения



технических, производственных, эксплуатационных моментов, но и, например, внешнего вида. Необходимость этого мы осознали, когда начали выпускать линейку трубчатых радиаторов TUBOG. Именно тогда мы начали активно сотрудничать с дизайнерами и, развивая новый завод, осознанно сделали упор на дизайн. Поэтому стало актуально организовывать форумы для дизайнеров, приглашая спикеров не только по радиаторам, тем самым создавая некую среду для общения не только по отопительным приборам. Чтобы участникам было интересно.

Дизайн, технологии, психология, законодательство – все это мы стараемся объединить в рамках одного форума. Мы можем рассмотреть актуальные правовые нормы в области оформления или внесения изменений в конструкцию помещений, привязку к этому инженерных сетей, разграничение ответственности между владельцами помещений и эксплуатирующими сети компаниями и многие другие вопросы. Дело в том, что дизайнеры все чаще стремятся участвовать в проекте, сопровождать его. Они на этом зарабатывают деньги, и для них это становится важным. Соответственно, они должны уметь проконсультировать заказчика по целому ряду вопросов. Поэтому дизайнеры все больше погружаются в технические детали производства радиаторов отопления.

Ваши мероприятия проходили только в России?

Мы достаточно много внимания уделили Узбекистану, Белоруссии, Таджикистану, Казахстану, участвуя как в форумах и семинарах, так и в выставках. Говоря о последних, хотелось бы отметить

дружелюбие и высокий уровень организации профильных выставок в Казахстане, Узбекистане, Азербайджане. Могу сказать, что в таких выставках участвовать просто приятно.

А аудитория? Вы почувствовали разницу в аудиториях российских и зарубежных мероприятий?

Удивительно, но на азиатских рынках, в частности Узбекистана и Таджикистана, были не очень хорошо осведомлены о новинках. Мы, например, уже привыкли к тому, что монолитным радиатором сегодня в России никого не удивить, а для них это оказалось новинкой. Но при этом их монтажники гораздо более внимательные и дотошные, чем отечественные. Они задают очень много вопросов, и некоторые из них – глубоко технического характера (металлургия и пр.) – заставили нас задуматься.

Мы в «Рифаре» привыкли к тому, что каждый должен знать всю подноготную, все подробности производства, все тонкости, и стараемся этим делиться. Если говорить про российскую аудиторию, то тут последнее время превалирует эмоциональная составляющая «красиво–некрасиво» и практически никто не задает технических вопросов, не интересуется деталями.

Это мои наблюдения, но их подтверждают и коллеги, участвующие в наших мероприятиях.

Какие планы по развитию этого направления в 2025 году?

Мало того что семинаров будет не меньше, чем в прошедшем году, так еще и выставок будет больше. Но количество не должно отрицательно влиять на качество! Нужно уметь заинтересовать



человека, почему мы и перешли к формату форума. Если мы относимся с уважением к нашим клиентам, давайте будем откровенными – нужно шире рассматривать темы, давать больше информации, чтобы заинтересовать аудиторию. Всегда приятно видеть увлеченных людей. Поэтому мы за интересные семинары и форумы! В 2024 году мы обкатали многие технологии, и они нам понравились.

Какие события 2024 года стали для компании самыми значимыми?

Мы получили международную награду в Ташкенте. По-прежнему участвуем в национальной премии «Марка № 1 в России». Являемся номинантом этой премии. Возможно, в этом году будут и другие награды. У нас есть одна идея, но пока мы ее оставим в тайне. Посмотрим, насколько европейский рынок готов к российской продукции.

Что планируете в 2025 году?

Этот год ожидается непростым в силу того, что трудно спрогнозировать, как строительная отрасль будет кредитоваться, как она вообще будет работать. Периодически мы общаемся со строителями и чувствуем их озабоченность ситуацией. Но наш основной клиент – частный потребитель, и в этом сегменте основная тенденция связана с заменой старого отопительного оборудования. Мы видим, что потребитель выбирает изделия «Рифар». Поэтому, конечно, ситуация в строительстве отразится и на нас, на реализации продукции, но не так сильно, как на компаниях, связанных с жилищным строительством.

Поэтому мы все-таки боремся за частного – это самый сложный, самый капризный, самый



массовый клиент, но и самый стабильный. Мы делаем все, чтобы наша продукция нравилась именно физическому лицу и клиент сам захотел бы ее купить. Разрабатываем новые продукты и внедряем современные технологии, например в радиаторе Сопвех реализуем Wi-Fi-блок. Наконец-то появится наше мобильное приложение, которое позволит управлять радиатором дистанционно. Так что и текущий год пройдет под эгидой очередного развития.

В текущем году планируем в принципе уделить достаточно большое внимание цифровому пространству, сайтам.

В финансовом плане год будет достаточно сложный, главным образом из-за дорогих денег, дорогих кредитов. У нас нет готового решения, мы по-прежнему очень внимательно наблюдаем за тем, что происходит вокруг. Наше производство достаточно гибкое в плане управления. Если, условно говоря, где-то снижаем производительность, значит, на другой производственной линии она растет. Поэтому производство и участки завода как работали, так и работают, объемы перерабатываемых материалов находятся в прогнозируемых нами значениях. Политика работы с дилерами также останется прежней, и дилеры нам дают в этом уверенность – пул заказов на 2025 год уже сформирован.

За всю историю компании (скоро нам 23 года) не было ни одного года, когда бы мы упали по показателям хоть немного, хоть на процент, относительно прошлого года. Такого не было и, надеюсь, не будет. Опять же, глядя на настроение наших партнеров, суммируя это со своими ощущениями, понимаю, что мы достаточно уверенно шагаем вперед. ●

rifar.ru