

ОТОПЛЕНИЕ И ГВС

Российские теплотехнические компании: позиции и позиционирование

А. Некрасов

Этим материалом редакция журнала «Аква-Терм» открывает цикл статей, посвященных анализу позиций отечественных инжиниринговых компаний на рынке климатической техники. В настоящей публикации мы попытались оценить состояние фирм, импортирующих разнообразное теплотехническое оборудование, поставляющих его конечному потребителю и предоставляющих различный спектр услуг, включая сервис, монтаж, обучение.

Цель – проследить, как происходит развитие российских предприятий.

В основу нашего исследования легло анкетирование непосредственно участников рынка. Анкета включала 14 пунктов (см. табл.); вопросы были подобраны таким образом, чтобы уменьшить вероятность недостоверного ответа. Баллы за ответы ставились из расчета трудозатрат на выполнение задач, указанных в вопросах. Компании, набравшие одинаковую сумму баллов, расставлены в итоговой таблице в алфавитном порядке.

Опросные листы были разосланы в компании (главным образом – московские), соответствующие следующим критериям: во-первых, предприятие должно быть известно и представлять на отечественном рынке широкий спектр товаров и услуг; во-вторых, от фирмы требовалось наличие поступательного развития, а

также рыночный стаж, позволяющий оценить динамику этого роста. Обработка заполненных анкет позволила составить рейтинг. Мы планируем проводить такое анкетирование и в дальнейшем, ежегодно отслеживая произошедшие изменения.

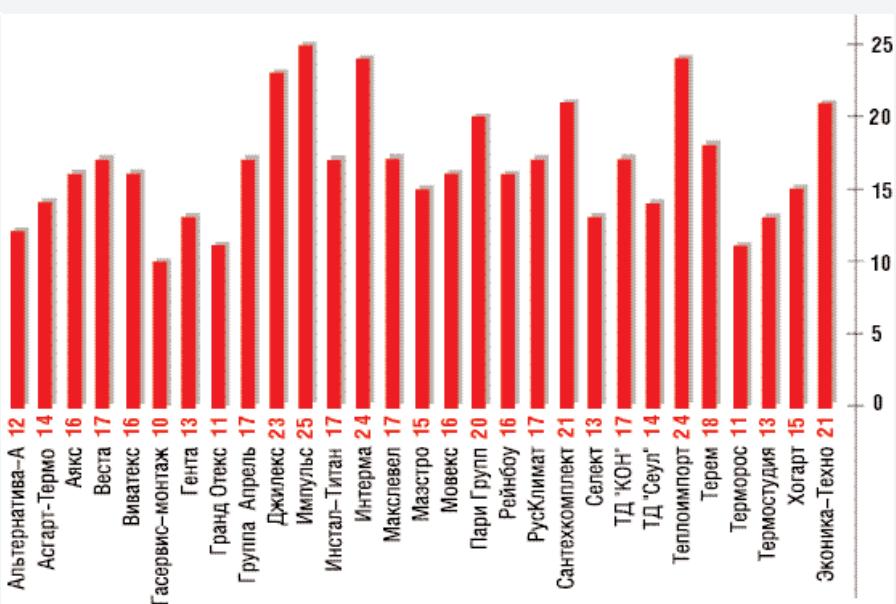
К сожалению, не все участники опроса оказались готовыми предоставить о себе достоверные данные (явные нарушители не включены в рейтинг). Отмечены попытки искажения даже той информации, проверить которую не составляет труда (например, время работы на рынке). Ряд фирм получили заниженный итоговый балл, отказавшись ответить на некоторые вопросы. Были и такие, кто вообще не пожелали участвовать в анкетировании, хотя имели неплохие шансы на попадание в пятерку лидеров.

Опросный лист не требовал указать обороты инжиниринговых фирм. (Тем не менее они косвенно прослеживаются в заполненных анкетах.) Наша основная задача – выявить направление развития компаний и его уровень. В этой связи предложенные вопросы можно подразделить на три категории.

Первые, на наш взгляд, характеризуют степень развития компаний. В этой категории рассматривались ответы на вопросы о стаже деятельности компаний на рынке, численности сотрудников, числе предлагаемых товарных позиций, наличии и количестве филиалов, фирменных торговых точек в Москве, числе поставщиков.

Вопросы второй группы позволяют оценить фирмы по развитию направлений деятельности. В этом ключе мы рассматривали ответы на вопросы о наличии

Рейтинг компаний в номинации
«Степень развития»



ОТОПЛЕНИЕ И ГВС

сервисной службы, проектного отдела, учебного центра, интернет-магазина, развития производственной базы компании.

Третья категория вопросов-ответов позволяет составить представление о том, как предприятие позиционирует и продвигает себя на теплотехническом рынке (критерии: участие в тематических выставках на собственном стенде, размер рекламного бюджета, выпуск информационной продукции о своих товарах или услугах).

Общие тенденции роста теплотехнических компаний за последние десять лет

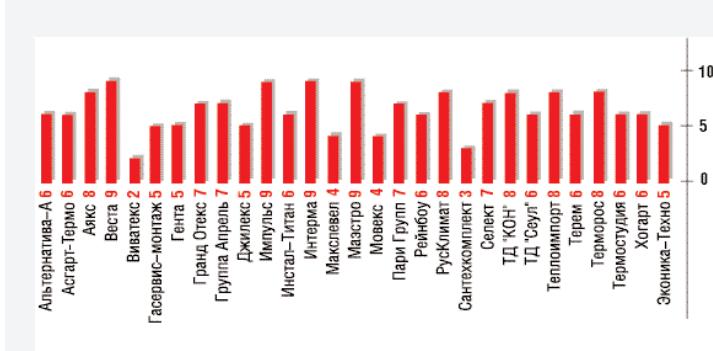
шли по следующему сценарию: сначала – торговая точка с ограниченным спектром товара; далее – оказание дополнительных услуг по монтажу предлагаемого оборудования; затем – сеть торговых точек в Москве, открытие филиалов в регионах, увеличение складских площадей и, наконец, организация собственного производства. Основной спектр выпускаемого опрошенными компаниями продукта – металлопластиковые или полимерные трубы, запорная арматура, теплоизоляция, простые котлы, полиэтиленовые баки, радиаторы, полотенцесушители.

Таблица. Результаты анкетирования

Фирмы

Сумма баллов	Вопросы																
	1. Пребывание на рынке климатической технике, лет			2. Число сотрудников			3. Наличие филиалов в России			4. Количество товарных позиций по прайс-листу			5. Количество фирм-поставщиков			6. Наличие сервисной службы	
2	4	6	1	2	3	0	3	5	1	2	3	1	2	3	0	2	3
«Импульс»	49		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Интерма»	46		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Теплоимпорт»	44		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Джилекс»	39		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Мовекс»	39		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Веста»	38		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Эконика-Техно»	38		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Аякс»	37		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Пари Групп»	37		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Группа Апрель»	36		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Маэстро»	36		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
ТД «КОН»	36		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Рейнбоу»	34		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«РусКлимат»	34	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
«Терем»	34		✓		✓		✓		✓		✓		✓	нет ответа			✓
«Инстал-Титан»	33		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Гента»	32		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Макслевел»	32		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Сантехкомплект»	32		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Хогарт»	32		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
ТД «Сеул»	29		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Альтернатива - А»	28		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Виватекс»	27		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Терморос»	27		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Аграпт-Термо»	26		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Селект»	26		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Термостудия»	26	✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓	
«Гранд Отекс»	24		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓
«Гасервис-монтаж»	21		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓		✓

Рейтинг компаний в номинации «Позиционирование»



Рейтинг компаний по развитию направлений деятельности

