2004: рейтинг инжиниринговых компаний

В сентябре 2003 г. журнал «Аква-Терм» впервые опубликовал результаты анализа позиций отечественных инжиниринговых компаний, работающих на рынке отопительного оборудования, пообещав проводить такие исследования ежегодно. Цель этой работы – выявить направления и уровень развития отечественных предприятий, отследить изменения, произошедшие за минувший год.

Как и в прошлом году, в основу наших исследований положено анкетирование участников рынка отопительного оборудования и инжиниринговых услуг. Анкета включает 14 пунктов. Вопросы подобраны таким образом, чтобы дать, прежде

Таблица. Результаты анкетирования

Фирмы	Сумма баллов	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		
		до 5	до 10	свыше 10	до 20	до 100	свыше 100	нет	до 5	свыше 5	до 500	от 500 до 2000	свыше 2000	до 10	от 10 до 30	свыше 30	нет	да	работает круглосуточно
		2	4	6	1	2	3	0	3	5	1	2	3	1	2	3	0	2	3
Теплоимпорт	47			✓			✓			✓			✓			✓		✓	
Импульс	46			✓			✓			✓			✓			✓		✓	
Веста Трейдинг	45			✓			✓			✓			✓			✓		✓	
Интерма	43			✓			✓			✓			✓		✓			✓	
Джилекс	41			✓			✓		✓				✓			✓		✓	
Русклимат-термо	40		✓				✓			✓			✓			✓		✓	
Фирма «Терем»	40			✓			✓			✓		✓				✓		✓	
Тайм	39			✓		✓				✓			✓		✓			✓	
Аякс	36			✓			✓		✓		✓				✓				✓
ТД «Белая Гвардия»	35		✓				✓		✓				✓		✓			✓	
Терморос	34			✓			✓	✓					✓	✓					✓
ГСК	32		✓				✓			✓			✓			✓	✓		
Рэйнбоу	32		✓			✓			✓				✓		✓			✓	
Селект	32			✓		✓		✓					✓			✓			✓
Эгопласт	32		✓				✓	нет ответа						✓			✓		✓
Гидросфера	31		✓			✓			✓				✓		✓			✓	
Мовэкс-Центр	31			✓		✓		✓					✓			✓			✓
Дюйм	30		✓			✓			✓				✓		✓			✓	
Виватэкс	29		✓			✓		✓					✓	✓				✓	
Еврохит	25		✓		✓				✓		✓			✓				✓	
Комфорт-Эко	25		✓		✓			✓					✓	✓				✓	
Текскон	24		✓		✓				✓		✓			✓				✓	
Термостудия	24		✓			✓			✓			✓			✓			✓	
Альтернатива-А	23		✓			✓		✓					✓		✓			✓	
Газсервис-Монтаж	23			✓		✓		✓					✓			✓		✓	
Объединение КОН	21	✓			✓			✓				✓			✓			✓	
ТГВ	20	✓				✓		✓			✓			✓				✓	

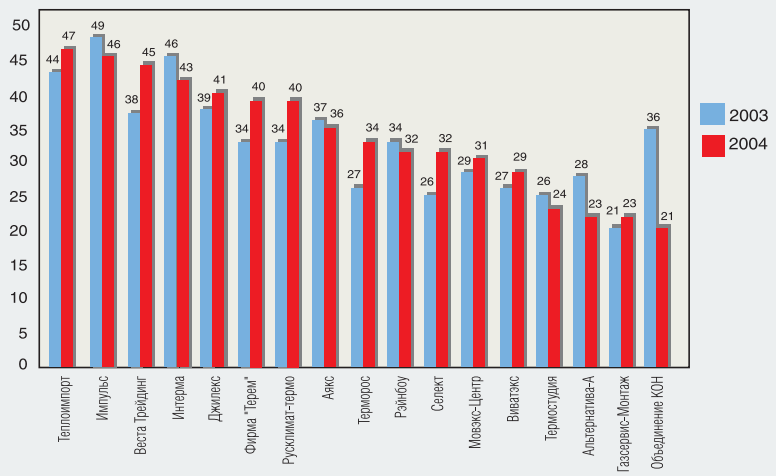

Рис. 1. Сравнение показателей участников анкетирования в 2003 и 2004 гг.

всего, количественную оценку деятельности компаний, без проведения ее качественного анализа, что позволяет исключить элемент субъективности.

Опросные листы были разосланы в компании, отвечающие следующим критериям: известность предприятия на рынке; наличие широкого спектра товаров и услуг; поступательное развитие; рыночный стаж, позволяющий оценить динамику роста фирмы.

Предложенные компаниям вопросы можно подразделить на три категории. Вопросы первой группы – о стаже работы, количестве сотрудников, товарных

Вопросы

7. Количество фирменных торговых точек в Москве			8. Наличие собственного Интернет-сайта			9. Наличие собственной производственной базы			10. Наличие проектного отдела (количество сотрудников)			11. Наличие своего учебного центра для проведения семинаров и презентаций			12. Участие в тематических выставках на собственном стенде (за год)			13. Рекламный бюджет в год, у.е.			14. Выпуск брошюр или другого информационного материала о собственном товаре или услуге, наименований в год		
до 5	до 10	свыше 10	нет	есть	интернет-магазин	нет	есть, для обслуживания внутренних нужд предприятия	есть, для производства товара	нет	до 5	свыше 5	нет	да	проводятся регулярно	нет	до 3	свыше 3	до 20 000	до 200 000	свыше 200 000	нет	до 10	более 10
1	3	5	0	2	3	0	1	3	0	2	3	0	2	3	0	2	3	1	2	3	0	2	3
		✓		✓				✓			✓			✓			✓			✓			✓
	✓				✓			✓			✓			✓			✓			✓			✓
	✓			✓				✓			✓			✓			✓			✓			✓
✓					✓			✓			✓			✓			✓			✓			✓
	✓		✓				✓			✓		✓			✓			✓			✓		
		✓			✓	✓					✓		✓		✓			нет ответа					✓
	✓			✓	✓					✓		✓			✓				✓		✓		
	✓			✓				✓			✓		✓			✓			✓			✓	
✓				✓			✓				✓			✓			✓			✓		✓	
✓				✓				✓			✓			✓			✓	нет ответа					✓
✓				✓			✓				✓			✓			✓		✓				✓
✓				✓		✓			✓					✓			✓			✓		✓	
✓				✓		✓				✓				✓			✓		✓				✓
✓					✓	✓			✓					✓		✓				✓			✓
	✓				✓			✓		✓				✓			✓	нет ответа				✓	
✓				✓		✓				✓			✓			✓		✓			✓		
✓				✓		✓					✓			✓		✓		нет ответа					✓
✓				✓		✓				✓			✓			✓			✓				✓
✓					✓			✓			✓	✓					✓		✓			✓	
		✓		✓		✓			✓				✓		✓				✓			✓	
✓				✓				✓		✓		✓				✓			✓			✓	
нет				✓				✓		✓		✓				✓		✓				✓	
✓				✓		✓				✓		✓				✓		нет ответа				✓	
✓				✓		нет ответа				✓		✓				✓		✓				✓	
✓				✓		✓				✓		✓			✓				✓		✓		
✓				✓			✓			✓		✓				✓			✓			✓	
✓				✓			✓			✓		✓				✓			✓			✓	

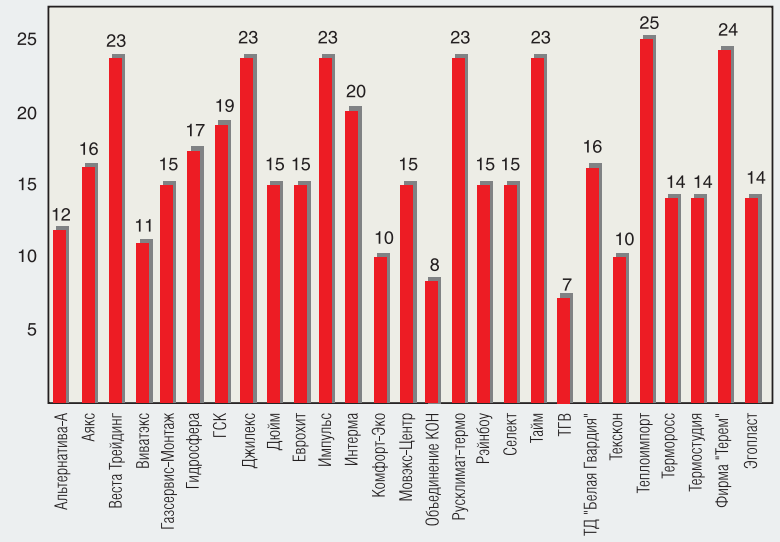

Рис. 2. Рейтинг компаний в номинации «Степень развития», 2004 г.

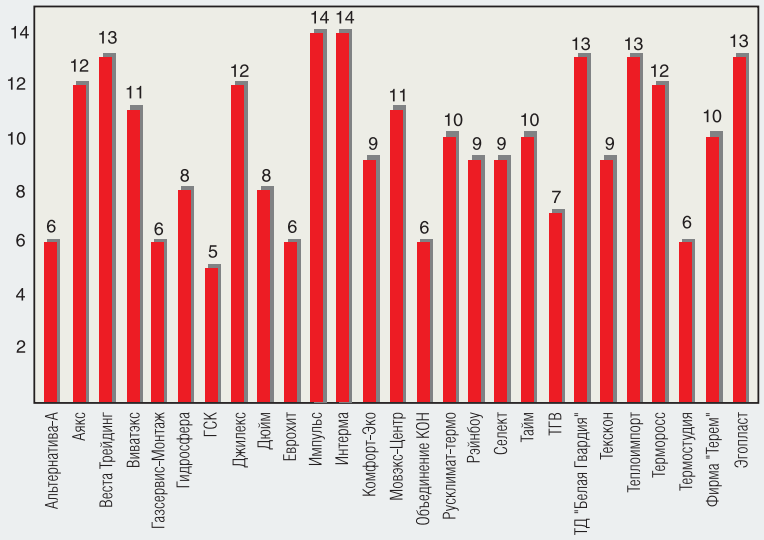

Рис. 3. Рейтинг компаний по развитию направлений деятельности, 2004 г.

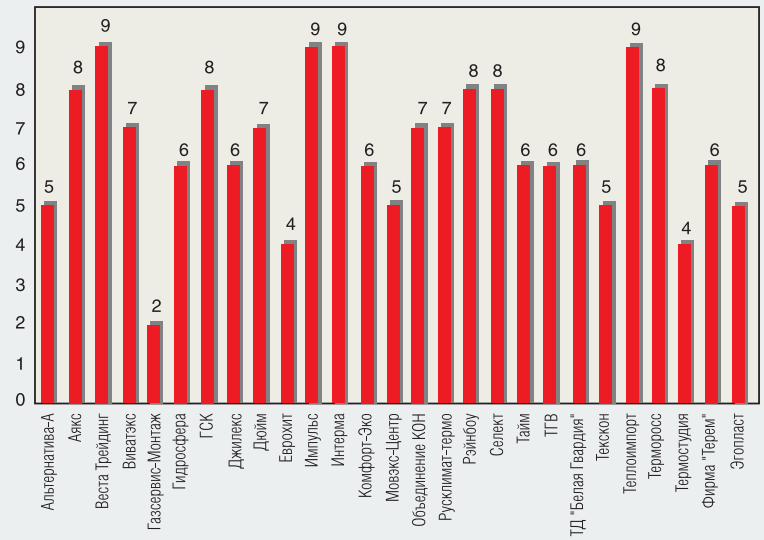

Рис. 4. Рейтинг компаний в номинации «Позиционирование», 2004 г.

позиций, поставщиков, фирменных торговых точек, наличии филиалов в России – характеризуют степень развития компании. Вторая группа вопросов – о наличии сервисной службы, собственной производственной базы, проектного отдела, учебного центра и сайта в Интернете – позволяет оценить фирмы по развитию направлений деятельности. Третья группа вопросов-ответов – об участии в специализированных выставках, величине рекламного бюджета, выпуске информационной продукции о своих товарах и услугах – поможет составить представление о том, как предприятие позиционирует себя на теплотехническом рынке.

Ответы компаний и результаты исследований сведены в *табл.* Компании распределены в ней в порядке уменьшения суммарного балла; предприятия, набравшие одинаковую сумму баллов, расставлены в алфавитном порядке. Некоторые фирмы получили, возможно, заниженный итоговый балл, поскольку отказались ответить на некоторые вопросы анкеты.

Из 27 фирм, прошедших анкетирование, 17 принимали участие в аналогичных исследованиях нашего журнала по итогам 2003 г. Сравнение их новых результатов с предыдущими показано на диаграмме (*рис. 1*).

Рейтинги компаний в номинациях «Степень развития», «Позиционирование», «Развитие направлений деятельности» представлены диаграммами на *рис. 2–4*.

A-T 23.211