



отопление и ГВС

Инженерные компании в 2011 году

Издательский Центр «Аква-Терм» уже в девятый раз проводит исследование рынка инженерных товаров и услуг. В январе 2012 г. оцениваются показатели развития российских инженерных компаний и динамика изменений, произошедших за 2011 г.

Основные критерии включения компаний в исследование – региональное присутствие и широкий диапазон деятельности: поставка оборудования для инженерных систем, а также предоставление услуг по проектированию, монтажу, сервису, обучению.

Метод исследования – анкетирование участников рынка на основе опросника,

включающего три категории вопросов:

1. Вопросы, характеризующие степень развития компании по основному направлению деятельности – поставке теплотехнического оборудования (№ 1–11);
2. Вопросы, позволяющие оценить фирмы по таким направлениям деятельности, как проектирование, монтаж,

сервис, обучение (№ 12–18);

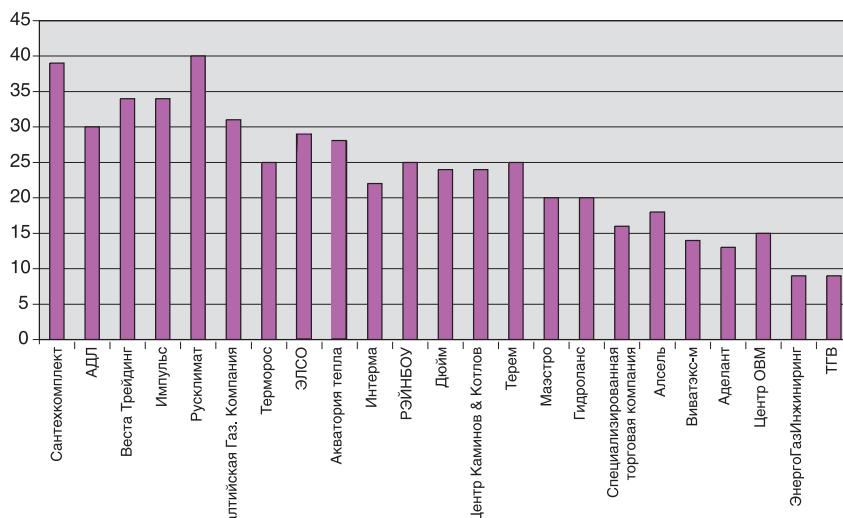
3. Вопросы, характеризующие усилия компаний по продвижению продукции на рынке (№ 19–21).

В итоговой таблице участники сгруппированы в порядке уменьшения суммы баллов. Компании, набравшие одинаковое количество баллов, размещены в алфавитном порядке.

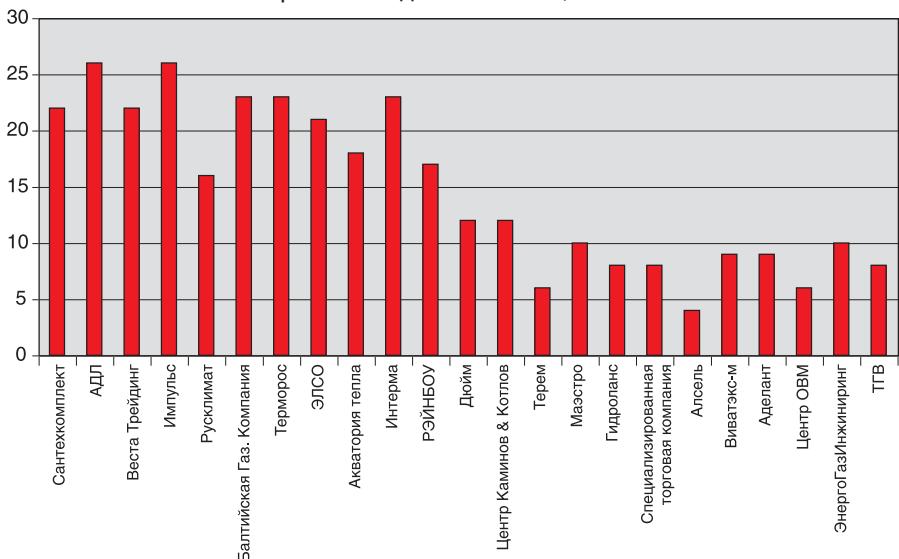
Список участников исследования за 2011 г. не сильно изменился по отношению к предыдущему году как по количеству (23 компании против 21 в прошлом году), так и по составу (примерно 20 % обновления списка). Так же, как и в посткризисные 2009–2010 гг., в пятерке лидеров остаются компании «Сантехкомплект» (1 место по итоговым показателям), АДЛ (2 место) и занимающие третье место компании «Веста Трейдинг», «Импульс» и «Русклимат».

Сравнение показателей деятельности компаний за истекшие два года позволяет говорить о положитель-

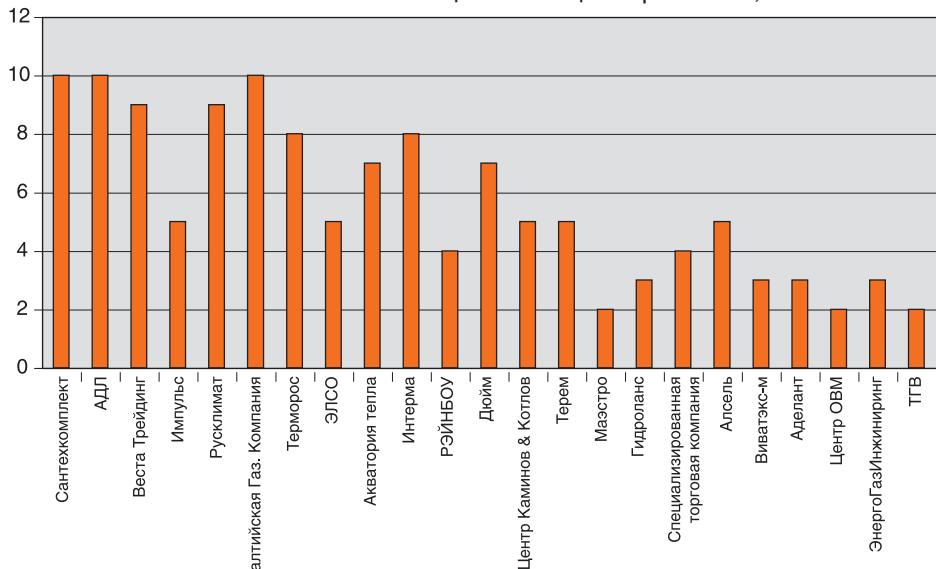
Рейтинг компаний в номинации «Степень развития», 2011 г.



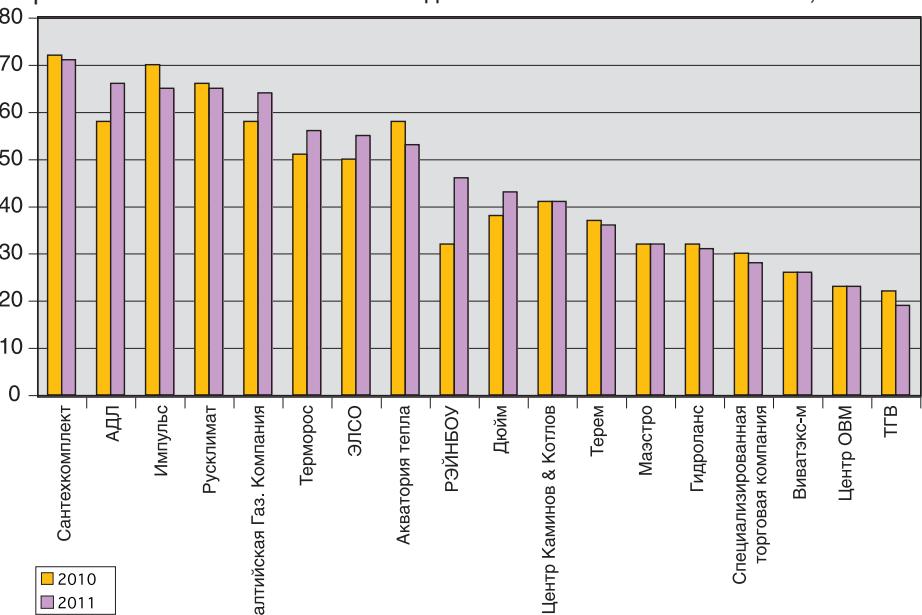
Рейтинг компаний по развитию вспомогательных направлений деятельности, 2011 г.



Рейтинг компаний в номинации «Позиционирование», 2011 г.



Сравнение итоговых показателей деятельности компаний за 2010, 2011 г.



ной динамике изменений в 2011 г.: для большинства респондентов год характеризовался ростом показателей рыночной активности. Так, по сравнению с прошлым годом заметно возросло участие компаний в региональных тематических выставках. Примерно на треть увеличилось количество специализированных учебных центров, имеющих годовой план семинаров. Также на треть увеличилось количество сервисных служб компаний, перешедших на круглосуточный режим работы. Тенденция к сокращению рекламных бюджетов, имевшая место в 2009–2010 гг., продолжилась и в минувшем году, поскольку многие поставщики сейчас делают ставку на Интернет-привлечение заказчиков. Тем не менее, примечательно, что у пятерки лидеров нашего рейтинга годовой рекламный бюджет по отношению к исходному показателю стал выше более чем на 150 %.

Сравнение данных по основному направлению деятельности – поставкам оборудования – показало некоторое снижение количества товарных позиций в наличии на складах компаний, что связано с увеличением числа Интернет-заказов оборудования и, соответственно, более гибким реагированием на запросы потребителей. Рост филиалов в регионах России по сравнению с предыдущим годом можно охарактеризовать как сдержанный, при этом наблюдалось увеличение поддержки региональных партнеров и мер стимулирования дилеров.

Благодарим наших респондентов за участие в исследовании. Результаты исследований за 2003–2011 гг. можно увидеть на сайте www.aqua-therm.ru в разделе «Рейтинги инженеринговых компаний».

Таблица. Результаты анкетирования

		Вопросы		1. Число сотрудников в компаниях, включая филиалы	2. Количество товарных позиций в наличии на центральном складе	3. Площадь центрального склада, кв. м.	4. Спектр поставляемой продукции, количество товарных групп	5. Количество фирм-поставщиков	6. Количество фирм-производителей, с которыми заключены соглашения об эксклюзивном партнерстве	7. Какие каналы сбыта развиты	8. Количество филиалов в регионах России	9. Количество фирменных магазинов в городе, где расположен центральный офис компанией									
Фирмы		Города-дистрибуторы																			
Санкт-Петербург		Города-дистрибуторы																			
Сантехкомплект	1992	71	1	1	2	3	4	5	1	2	3	4									
АДП	1994	66	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Веста Групинг	1993	65	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Импульс	1992	65	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Рускинаг	1996	65	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Балтийская Газ. Компания	1995	64	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Термодос	1995	56	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
ЭЛСО	1999	55	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Акватория тепла	1994	53	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Инегма	1996	53	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
РЭИБОУ	1996	46	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Дойм	1999	43	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Центр Кашинов & Котлов	1994	41	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Терем	1991	36	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Масстр	1992	32	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Гидроленс	1995	31	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Специализированная торговая компания	2001	28	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Алсель	1995	27	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Вигатэкс-М	2000	26	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Аделант	2007	25	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
Центр ОВМ	1998	23	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
ЭнергоЗИИИнжиниринг	2008	22	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									
ТГВ	2001	19	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5									

Фирмы	10. Суммарная площадь магазинов в городе, где расположены центральный офис компании, кв. м.	11. Наличие программы поддержки дилеров, применяемые методы стимулирования	12. Наличие проектного отдела, количество сотрудников	13. Наличие сервисных служб	14. Количество фирм-производителей, у которых компания агтестована в качестве однотипного сервисного центра	15. Наличие собственного производства	16. Количество собственных зарегистрированных торговых марок (за исключением компаний)	17. Наличие собственного учебного центра для проведения семинаров и презентаций	18. Количество штатных технических тренеров, мастеров производственного обучения	19. Годовой рекламный бюджет* (по отношению к исходному показателю)	20. Количество выпускавших за год наименований брошюр, каталогов, буклетов о предлагаемых товарах и услугах	21. Количество региональных тематических выставок, в которых участвует на собственном счете
Сантехкомплект	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
АДП	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Веста Трейдинг	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Интурист	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Русштимп	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Башкиргаз Компания	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Термоплюс	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ЭПСО	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Авиакория темпа	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Интердона	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
РЭЙНЕСУ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Домин	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Центр Каминов & Котлов	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Терм	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Мастер	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ГидроФанс	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Специализированная торговая компания	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Апель	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Вивак-М	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Аделант	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Центр ОВМ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ЭнергоГазДжиннинг	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ТВ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

*Приложение: исходный показатель указан в опроснике анкеты

aqua термAKVA • TERM | www.aqua-therm.ru | ЯНВАРЬ-ФЕВРАЛЬ № 1 (65) 2012