

CO MAMY W SIECI?

Trudno dziś wyobrazić sobie firmę, której nie ma w internecie. Strona WWW to wizytówka przedsiębiorstwa przyciągająca lub odstraszaająca potencjalnych klientów. Dlatego po dwóch latach od ostatniego zestawienia (GEODETA 8/2009) ponownie przyjrzeliliśmy się witrynom firm z naszej branży.

BARBARA STEFAŃSKA

Tym razem zwiększyliśmy liczbę ocenianych przedsiębiorstw z 34 do 43. Dodaliśmy głównie te o profilu GIS-owym, startujące ostatnio w dużych przetargach, w których liczba pracowników zatrudnionych na umowę o pracę przekracza 20 osób. W rankingu skupiliśmy się na firmach usługowych, pomijając dystrybutorów sprzętu oraz oprogramowania. Poziom okazał się bardzo zróżnicowany. Strony niektórych przedsiębiorstw wciąż wyglądają jak powieszona tablica z podstawowymi informacjami, inne z kolei zawierają pełne dane na temat usług i wykorzystywanych technologii oraz liczne multimedia. Pod lupę wzięliśmy 30 parametrów, które podzieliiliśmy na pięć kategorii:

- Nawigacja/komunikacja/aktualność – dział aktualności oraz dostępne funkcje (mapa strony, wyszukiwarka itd.).
- Informacje o firmie – w tym podstawowe dane: formalnoprawne, teleadresowe, organizacyjne oraz oferowane usługi.
- Jak cię widzą – czas reakcji na nadesłany e-mail, fotogaleria/multimedia, wersje obcojęzyczne, slogan reklamowy.
- Grafika i język – projekt graficzny i poprawność językowa.

● Plusy i minusy – co nas zaskoczyło: pozytywnie lub negatywnie.

Parametry zostały odpowiednio wyważone; w niektórych z nich punktacja była zerojedynkowa, czyli przyznawaliśmy zero lub maksymalną liczbę punktów, w innych ocenialiśmy „od do”. Można było zdobyć maksymalnie 59 punktów (nie licząc plusów). W niektórych kategoriach, np. dane adresowe, struktura czy historia firmy, przyznawaliśmy punkty na podstawie tego, czy informacje są, czy ich nie ma, inne podlegały subiektywnej ocenie. Opracowany ranking daje orientacyjny obraz sytuacji. Nie braliśmy bowiem pod uwagę takich parametrów technicznych, jak np. pozycjonowanie czy szybkość serwerów.

● NEWSY Z BRODĄ

Podobnie jak dwa lata temu aktualność stron budzi zastrzeżenia. Nie raz wcale lub prawie wcale nie pojawiają się na nich nowe informacje, gros (18) nie posiada działu aktualności czy wydarzeń firmowych. Te przedsiębiorstwa nie wykorzystują więc



ważnej zalety internetu, jaką jest możliwość dotarcia do klientów z najświeższymi informacjami czy pokazania, że firma „żyje”. Zdarza się, że newsy pochodzą sprzed kilku lat. Rekordzistą był dział aktualności z najnowszą informacją z 2006 roku. Z drugiej strony część firm dba o to, żeby na stronie coś się działo, i regularnie ją aktualizuje. Własną wyszukiwarkę posiada niewiele stron (8), podobnie jak newsletter czy kanał RSS (8); trochę częściej pojawia się mapa strony (13). Sześć firm oferuje dodatkowe informacje dla użytkowników

po zalogowaniu się; MGGP SA ma serwis dla pracowników.

• NAJWAŻNIEJSZE DANE

Umieszczenie na stronie podstawowych danych teleadresowych jest oczywistością. Większość przedsiębiorstw dba również o to, żeby podawać dane formalnoprawne typu NIP, KRS, REGON, nieco rzadziej nr konta czy kapitał zakładowy. Mapę dojazdu, którą firmie geodezyjnej czy GIS-owej wypada zamieścić, znajdziemy na wielu, ale nie na wszystkich witrynach. Zastosowane rozwiązania są różne, choć największą popularnością cieszy się Google Maps. Niektórzy dodają do mapki współrzędne GPS.

Ciekawą informacją byłyby wyniki finansowe. Byłyby, ponieważ takich informacji na stronach WWW nie ma. Wyjątkiem jest Eurosystem SA Chorzów,

który w zakładce „Relacje inwestorskie” prezentuje strukturę akcjonariatu i raporty finansowe. Ale spółka ta ma obowiązek podawania takich informacji, ponieważ jest notowana na giełdzie. Więcej firm (11) podaje liczbę zatrudnionych pracowników.

• UKRYTY PREZES

Zdarzają się strony (8), z których nie dowiemy się, kto kieruje przedsiębiorstwem. W serwisie OPGK Rzeszów znajdziemy wprawdzie kierowników poszczególnych działów, ale prezesa spółki już nie. Z kolei w zakładce „Kon-

takt” Fotokart podaje, że zarząd składa się z... dyrektora i dyrektora. Na niektórych ze stron informujących, kto stoi na czele firmy, możemy zobaczyć zdjęcie prezesa (zwykle przy komputerze z rękami na biurku), trudniej jest znaleźć pracowników. WPG pokazuje swoją kadrę niestandardowo – w czasie gry w kregle i na lodowisku.



Kryterium	Punktacja	WPG Warszawa www.wpg.com.pl	Eurosystem Chorzów www.eurosystem.com.pl	MGGP Tarnów www.mggp.com.pl	OPGIEKA Elbląg www.opiegieka.pl	PGI Compass Kraków www.compass.pl	Fotokart Szczecin www.fotokart.pl	KPG Kraków www.kpg.pl	MGGP Aero Tarnów www.mggpaero.com	OPGK Olsztyn www.opgk.olsztyn.pl	Geopolis Włocławek www.geopolis.pl	GISPartner Wrocław www.gispartner.pl
Nawigacja/komunikacja/aktualność												
dział aktualności	0/2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
ostatni news (lipiec – 2 pkt, czerwiec –1 pkt)	0-2	2	2	2	1	0	0	0	0	0	2	2
archiwum informacji	0/1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1
wyszukiwarka	0/1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
newsletter, RSS	0/1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
mapa strony	0/1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1
logowanie	0/1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Informacje o firmie												
dane teleadres. (adres, tel., e-mail/formularz kontaktu)	0-4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
mapa dojazdu	0/2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
KRS, NIP, REGON, kapitał zakładowy, numer konta	0-5	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
nr tel./e-mail do: sekretariatu, kierownictwa, działów	0/3	3	0	3	3	3	0	0	3	3	3	0
kierownictwo	0/2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
struktura firmy/schemat	0/1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0
wyniki finansowe, wielkość zatrudnienia	0-2	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0
oferowane usługi	0-5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	5
wyposażenie w sprzęt/oprogr./wykorzyst. technologie	0/2	2	0	0	2	2	2	2	2	0	2	2
aktualnie realizowane/już zrealizowane prace	0/3	3	3	3	0	3	3	3	0	3	3	3
referencje, lista klientów	0-2	2	1	0	1	2	1	2	0	2	1	1
misja/profil działalności firmy	0/1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
historia firmy	0/1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1
certyfikaty, nagrody	0/1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
Jak cię widzą												
czas reakcji na e-mail (1 dz. – 2/ 2 dni – 1/ > 2 dni – 0)	0-2	1	2	0	1	0	2	0	2	2	0	0
wersje obcojęzyczne	0/2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	0	0
hasło przewodnie/reklamowe	0/1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0
fotogalerie/multimedia	0/2	2	2	2	1	0	2	0	2	2	0	2
logo firmy	0/1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Grafika, język												
design, przejrzystość strony	0-4	3	4	4	2	3	2	3	4	3	3	4
poprawność językowa	0-4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	3
Plusy i minusy												
plusy		1					1	2	1	1		
minusy					-1					-1		
SUMA PUNKTÓW		52	48	47	46	44	43	43	42	42	41	41

Większość przedsiębiorstw podaje telefony do poszczególnych działów, czasami jest to dość szczegółowa lista, ale aż 14 ogranicza się do jednego kontaktu ogólnego. Robią tak nawet duże firmy, jak KPG. Punktowaliśmy również informacje na temat struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa. Najlepiej, jeśli firmy, zwłaszcza te duże, prezentują ją w formie graficznej, tak jak zrobiły to OPGK Bydgoszcz, WPG, PGI Compass czy Geomar.

● JAK TO DRZEWIEJ BYWAŁO

Standardem jest umieszczanie na stronach informacji o profilu firmy, czasami nazywanym „misją”. Objętość tych informacji bardzo się różni. W tym przypadku dużo niekoniecznie znaczy lepiej, jeśli są to jedynie hasła reklamowe o innowacyjności, nowoczesności itp. Inną, bardziej poetycką formę obrała spółka InterTIM

z Suwałk, dla której najważniejszym elementem opisu przedsiębiorstwa jest symbol bociana. Jak czytamy, firma żyćzyłaby sobie, aby klienci powracali do niej jak bocian do swego gniazda. Zapamiętaniu tego motu służy dodatkowo obrazek ptaka z mapą w dziobie.

Ocenialiśmy również informacje na temat historii firmy. Na uprzywilejowanej pozycji są w tym przypadku OPGK-i – swoje kilkudziesięcioletnie dzieje eksponują: Rzeszów, Białystok czy Elbląg. Ale znaczna część okręgowych przedsiębiorstw swoją historię streszcza w informacji, kiedy spółka powstała, natomiast z serwisu OPGK Wrocław nie dowiemy się nawet tego. Ponadto długą 60-letnią tradycję firmy podkreśla WPG. A KPG, przeciwnie, nie rozpisuje się zbyt obszernie na temat swojej prawie 50-letniej działalności. Częściej niż historią

przedsiębiorstwa chwalą się posiadanymi certyfikatami i nagrodami; takie informacje znaleźliśmy w 31 serwisach.

● USŁUGI – SEDNO SPRAWY

Potencjalny klient szuka w internecie przede wszystkim informacji na temat oferty firmy. I w tym zakresie przedsiębiorstwa dbają o to, aby otrzymał on dość wyczerpujące dane. Do wyjątków należą takie firmy, jak Geomap z Kielc, na której stronach nie znajdziemy żadnych szczegółów na temat świadczonych usług. Informacja o ofercie staje się pełniejsza, gdy jest uzupełniona wykazem aktualnie realizowanych lub już zrealizowanych prac, a także referencjami i listą klientów. Jeśli przedsiębiorstwo ma na swoim koncie udane duże projekty, aż się prosi, żeby się tym pochwalić. I wiele firm tak robi, szeroko opisując swoje dotychczas

Kryterium	Punktacja	ISPik Gliwice www.ispik.pl	Level Siedlce www.level.com.pl	OPGK Opole www.opgk.opole.pl	OPGK Rzeszów www.opgk.rzeszow.pl	Gispro Szczecin www.gispro.pl	Geokart-Int. Rzeszów www.geokart.com.pl	Vertical Żory www.vertical.com.pl	Polkart Warszawa www.polkart.waw.pl	Visimind Warszawa www.visimind.pl	Geobid Katowice www.geobid.pl	OPGK Kraków www.opgk.krakow.pl
Nawigacja/komunikacja/aktualność												
dział aktualności	0/2	2	2	2	2	2	0	0	2	2	2	2
ostatni news (lipiec – 2 pkt, czerwiec – 1 pkt)	0-2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0
archiwum informacji	0/1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1
wyszukiwarka	0/1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0
newsletter, RSS	0/1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0
mapa strony	0/1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
logowanie (po dodatkowe informacje)	0/1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Informacje o firmie												
dane teleadres. (adres, tel., e-mail/formularz kontaktu)	0-4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
mapa dojazdu	0/2	2	2	0	0	0	2	2	2	0	0	0
KRS, NIP, REGON, kapitał zakładowy, numer konta nr tel./e-mail do: sekretariatu, kierownictwa, działów	0-5	3	3	5	4	3	5	3	5	4	5	3
kierownictwo	0/3	0	3	3	3	0	3	3	0	0	0	3
struktura firmy/schemat	0/2	0	2	2	0	2	2	2	2	2	0	2
wyniki finansowe, wielkość zatrudnienia	0/1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0
wyniki finansowe, wielkość zatrudnienia	0-2	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1
informacje o oferowanych usługach	0-5	5	5	5	4	4	4	5	2	4	5	3
wyposażenie w sprzęt/opogr./wykorzyst. technologie	0/2	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	0
aktualnie realizowane/już zrealizowane prace	0/3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
referencje, lista klientów	0-2	1	2	0	2	1	1	1	2	1	1	1
misja/profil działalności firmy	0/1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
historia firmy	0/1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1
certyfikaty, nagrody	0/1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1
Jak cię widzą												
czas reakcji na e-mail (1 dz. – 2/ 2 dni – 1/ > 2 dni – 0)	0-2	2	0	2	0	2	0	0	0	2	2	2
wersje obcojęzyczne	0/2	2	0	0	2	2	2	2	0	2	2	2
hasło przewodnie/reklamowe	0/1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
fotogalerie/multimedia	0/2	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0
logo firmy	0/1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Grafika, język												
design, przejrzystość strony	0-4	4	4	2	3	3	2	3	4	3	1	2
poprawność językowa	0-4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3
Plusy i minusy												
plusy		1								2		
minusy				-1	-1				-1	-1	-1	-1
SUMA PUNKTÓW		41	41	41	40	39	38	38	37	37	35	35

sowe osiągnięcia, choć są i tacy (nawet tak duzi jak OPEGIEKA Elbląg), którzy nie wykorzystują tego atutu. Ocenialiśmy także dane o stosowanym sprzęcie i oprogramowaniu oraz technologiach (w przypadku producentów oprogramowania GIS); informuje o tym 29 firm.

• ODPOWIEMY NATYCHMIAST

Sprawdziliśmy czas reakcji na e-mail wysłany z redakcji na adres sekretariatu lub ogólny adres przedsiębiorstwa. Zapytaliśmy w nim o informacje neutralne, na które każda firma powinna bez problemu odpowiedzieć: Ilu pracowników zatrudnia i jaki jest główny profil jej działalności. Pytanie o wielkość zatrudnienia służyło dodatkowo wyłonieniu spośród firm GIS-owych tych, które wzięliśmy pod uwagę w ocenie. Za odpowiedź w ten sam dzień przyznawaliśmy



2 punkty, a na drugi dzień – 1 punkt. W ciągu jednego dnia otrzymaliśmy 14 odpowiedzi, a dwóch dni – 4 kolejne. Potem jeszcze doszło kilka innych e-maili, czasem nawet po tygodniu. Tych

już nie punktowaliśmy. Jednak, nawet biorąc poprawkę na okres urlopowy, test na czas reakcji przedsiębiorstw wypadł słabo. Wyniki są porównywalne z tymi sprzed dwóch lat, kiedy to jednak przy-

	InterTİM Suwałki www.interim.pl	MPG Łódź www.mpg.lodz.pl	PPGK Warszawa www.ppgk.com.pl	Systherm Info Poznań www.systherm-info.pl	Geobaza Łębork www.geobaza.com.pl	OPGK Koszalin www.opgk.koszalin.pl	PMG Katowice www.pmg.katowice.pl	Geomar Szczecin www.geomar.pl	OPGK Geomap Zielona G. www.geomap.pl	OPGK Gdańsk www.opgk.gda.pl	OPGK Lublin www.opgk.lublin.pl	Gefos Kraków www.gefos.pl	Geoprojekt Warszawa Geoprojekt-warszawa.pl	OPGK Wrocław www.opgk.wroclaw.pl	Tukaj Mapping CE Krk. www.fmce.pl	PEGiK Geokart W-wa www.geokart.pl	OPGK Bydgoszcz www.opgk.pl	OPGK Białyсток www.opgkbia.com.pl	Geomat Poznań www.geomat.pl	Przymat Warszawa Przymat.internetdsl.pl	OPGK Geomap Kielce www.geomap.com.pl
	2	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
	2	2	0	2	0	0	2	0	2	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	2
	4	5	4	4	0	5	1	3	3	2	2	3	4	3	0	0	0	5	3	0	0
	3	3	3	3	0	3	3	0	3	3	3	0	3	3	3	3	3	3	3	0	0
	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	0	0	0
	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	1	4	4	5	5	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	5	3	1
	0	0	2	2	2	0	2	2	2	0	0	2	0	0	2	2	2	0	0	2	2
	3	3	3	0	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	0	0	0	0	0
	1	2	1	1	0	2	1	1	1	2	1	0	2	1	0	1	1	0	1	0	0
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0
	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0
	0	0	2	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	0	2	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	2	2	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3
	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2
					1																
				-1	-1	-1		-1		-2		-1				-1		-1			
	34	34	34	34	33	32	32	31	31	31	30	29	29	29	28	27	25	24	23	19	18



jęliśmy inną strategię, podając się za pośrednika szukającego zlecenia i osobę chętną do pracy.

• JAK NAS WIDZĄ

Stronę nie tylko się czyta, ale też ogląda. Za szatę graficzną i przejrzystość strony przyznaliśmy maksymalną liczbę punktów ośmiu serwisom. Ładne i dynamiczne obrazki na stronie głównej prezentują Eurosystem i MGGP Aero, która wykorzystuje (i słusznie) tę przewagę, że jest firmą fotogrametryczną. Dynamiczna jest również strona Gispro Szczecin, choć nieustannie pędzące chmury przypowiadają o zawrót głowy. Przyznając punkty za projekt graficzny, oprócz wyglądu witryny braliśmy także pod uwagę, czy jej układ jest czytelny i czy łatwo znaleźć na niej informacje.

Ocenialiśmy również fotogalerie i inne multimedia, które posiada (jedno lub/i drugie) prawie połowa stron. W fotogaleriach znajdziemy zdjęcia z realizowanych prac, ale i inne ciekawostki. OPGK Gdańsk w zakładce „Tenis 2010” prezentuje zdjęcia uczestników zawodów (i piaska). Ciekawe możliwości daje serwis MGGP Aero (fot. powyżej), na którym obrazy są skalowalne, oraz Geobazy Łębork, która pokazuje swoje rozwiązania w Google Earth (fot. na s. 25)

Gdzieniedzie można natknąć się na hasła reklamowe. Ich lista od dwóch lat pozostaje niezmienną. Spośród haseł firm dodanych do obecnego zestawienia wymienimy: „Integrujemy przestrzeń” (Geopolis) i „Przestrzeń pod kontrolą” (Gispro).

• KOREKTA OD ZARAZ

Siedmiu firmom przyznaliśmy w kategorii poprawności językowej maksymalną liczbę punktów, gdyż

nie dopatrzaliśmy się większych błędów. Ogólnie „byki” ortograficzne na stronach zdarzają się rzadko. Nieco gorzej jest z interpunkcją, zwłaszcza stawianiem, a raczej niestawianiem, przecinków. Ponadto nieraz natrafimy na literówki, i – przede wszystkim – na skomplikowane i trochę niezgrabne konstrukcje słowne. Wiele błędów można by usunąć przez zlecenie fachowej korekty językowej.

Wersje obcojęzyczne, przeważnie angielskie, posiada dwadzieścia spośród ocenianych firm. Jest to już standardem dla wszystkich dużych przedsiębiorstw i tych, które swoją ofertę kierują za granicę. Pod względem liczby wersji językowych wyróżnia się strona KPG, którą można przeczytać po arabsku i niderlandzku, oraz Visimind dostępna po niemiecku i włosku.

Wszystkie firmy mają logo, choć jego jakość pozostawia czasami wiele do życzenia. Nieco przestarzałe wzornictwo mają znaki graficzne OPGK-ów, zapewne niezmiennie od kilkadziesiąt lat. W przypadku OPGK Bydgoszcz zastanawialiśmy się, czy za logo można uznać kółko i strzałkę.

Przyznawaliśmy również firmom dodatkowe plusy i minusy za inne zalety i wady. Plusy za: dodatkowe multimedia czy wersje językowe, a minusy za: nieaktywne linki, puste zakładki, nieczytelny układ strony, małą czcionkę i – w wielu przypadkach – brak dat w aktualnościach. Zauważyliśmy, że OPEGIEKA Elbląg umieszcza „newsy” z datą wsteczną, za co również należy się minus. Z kolei dwa minusy OPGK Gdańsk przyznaliśmy za to, że menu jest aktywne jedynie w Explorerze, natomiast nie działa w przeglądarkach Mozilla Firefox i Google Chrome. Pro-

blemy techniczne występują również przy wyświetlaniu strony Pryzmatu z Warszawy.

• CZŁÓWKA SIĘ TRZYMA

W porównaniu z rankingiem sprzed dwóch lat nie ma rewolucyjnych zmian. Zwycięzcą zostało ponownie WPG, trochę wyżej – na drugą pozycję – „wskoczyła” firma Eurosystem. Spółka MGGP ponownie znalazła się w pierwszej trójce, tyle że z drugiego spadła na trzecie miejsce. W czołówce utrzymały się: PGI Compass, Fotokart, KPG i OPGK Opole. Do pierwszej dziesiątki weszły OPGK Olsztyn i Level z Siedlec, a spadły: Polkart z Warszawy, Geokart International i Vertical. Oprócz zmian na stronach mogła na to wpłynąć nieznaczna modyfikacja kryteriów oceny w stosunku do poprzedniego zestawienia. Ranking zmieniły przede wszystkim firmy GIS-owe, które ocenialiśmy po raz pierwszy; z nich: GISPartner z Wrocławia, ISPiK Gliwicki i Geopolis z Włocławka uplasowały się na dziesiątym miejscu (ex aequo z jeszcze dwiema innymi firmami).

Listę zamykają te same trzy firmy co dwa lata temu: Geomap Kielce, ZUGiK Pryzmat Warszawa i Geomat Poznań. Różnica polega na tym, że tym razem Geomap jest ostatni, a dwa lata temu na końcu był Geomat. Również kilka okręgowych przedsiębiorstw nadal nie ma się czym pochwalić. Dziwi niska pozycja wykonującej międzynarodowe zlecenia firmy PEGiK Geokart z Warszawy, której strona internetowa z fatalnej jakości zdjęciami nie zachęca do czytania i oglądania.

Ogólnie jest lepiej niż dwa lata temu, zwłaszcza jeśli chodzi o szatę graficzną. Jednak na niektórych stronach od tego czasu nic się nie zmieniło i przedsiębiorstwa mają jeszcze sporo do nadrobienia.

BARBARA STEFAŃSKA
Współpraca ANNA WARDZIAK
i JERZY KRÓLIKOWSKI

