

## ООО «ЦЕНТР НОУ-ХАУ»

**Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 770 тыс.**

### Направления использования

ОКР рекламные роботы - 50%

Маркетинг - 20%

Оборотные средства - 30%

### Описание предприятия

1. Дата создания – август 2000 г.
2. Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию \$ 397 тыс.; в том числе: частные инвесторы - \$ 350 тыс.; собственные средства - \$ 47 тыс.
3. Продукция - Новые эффективные рекламоносители (рекламные роботы).
4. Область применения продукции – рекламный бизнес.
5. Объем реализации за 2004 г. - \$ 137 тыс.
6. Стоимость основных фондов и краткая характеристика - \$ 20 тыс. Офисная оргтехника.
7. Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности – имеются патенты, зарегистрированные на владельцев компании.
8. Знаки общественного признания: г. Обнинск - члены инновационной сети, г. Королев – партнеры ассоциации молодых ученых, Французское национальное инновационное агентство ANVAR (члены евро сети IRC) - партнеры, МАТРИЗ США - партнеры, МАТРИЗ Ю.Кореи- партнеры, являемся внешним инновационным отделом ТПП гг. Павловска-Пушкина .

### Владельцы

Физические лица	50%, 50%
Совокупная доля госсобственности	0 %

### Характеристика продукции

Выпускаемая продукция

1. «НИОКР на заказ». Исследования, эксперименты, расчеты, создание пилотных образцов и моделей по результатам НИР для промышленного рынка сочетается с хорошо поставленным проектным менеджментом. Конкретная работа центра связана с улучшением существующих и созданием с «нуля» абсолютно новых технологий. За пять лет выполнено 22 заказных НИОКР - проекта для промышленности в разных областях (химическая, машиностроение, горнорудная, ВПК, пищевая). Основные конкурентные преимущества в этом направлении - разработки на «стыке», разработки в очень сжатые сроки, наукоемкое импортозамещение, нестандартные задачи.
2. «Ноу-хау на заказ». Специальная мозговая группа компании занимается поиском принципиально новых решений для сложных или нестандартных задач заказчика на стыке науки, техники и бизнеса. За пять лет выполнено 25 проектов для частных заказчиков очень сложных и нестандартных научно-технических задач заказчиков. Получены прорывные инновационные решения, приведшие к появлению сильных преимуществ Заказчиков перед их конкурентами. Сейчас уже можно сказать, что нами реально освоена такая технология работы, как «Изобретательство на заказ». Фактически, компания начала работать в новой зарождающийся парадигме 21 века «Креативная экономика».

Разрабатываемая продукция

Новые эффективные рекламоносители (рекламные роботы) для продвижения на рынке объектов элитного отдыха: рестораны, ночные клубы, казино, бары и т.п. Особенность: разработанная нами мехатронная конструкция адаптируется под маркетинговую задачу, дизайн, стиль, сценарий конкретного ночного клуба, ресторана, казино, гипермаркета, салона, частной клиники. Эффект привлечения внимания клиентов достигается творческим подходом к каждому изделю (совместная работа режиссера, сценариста, типажиста, механиков, электронщиков, программистов, робототехников в единой команде) и динамикой «живого существа».

## Рынки и конкуренция

Выпускаемая продукция:

1. «НИОКР на заказ». Потенциальный объем таких НИОКР - только в ТЭК РФ (уголь, газ, нефть) составляет не менее \$ 10 000 тыс./год и имеет тенденцию к постоянному росту. В данном сегменте конкуренция относительно низка (5-15 коллективов в РФ). Оценка доли компании составляет около 5%.

2. «Ноу-хау на заказ». Потенциальный объем работ такого типа только в ТЭК РФ (уголь, газ, нефть) составляет не менее \$ 1 000 тыс./год и имеет тенденцию к постоянному росту. В данном сегменте конкуренция относительно низка (2-3 коллектива в РФ). Оценка доли компании составляет около 10%.

Разрабатываемая продукция Новые эффективные рекламоносители (рекламные роботы).

	Объем рынка	Рекламные роботы	Аналоги
2004	\$ 1 250 тыс.	\$ 25 тыс./ 2%.	Функциональные аналоги- простейшая интерьерная реклама, не имеющая эффективной механической динамики.
2009	6 666 тыс.	\$ 2000 тыс. /30%	Точные аналоги в РФ не производятся Статические рекламные мобилы и рекламные Инсталляции

Имеется косвенная конкуренция на рынке интерьерной рекламы по функциональным аналогам в РФ и СНГ, потенциально отнимающая у нас часть рынка у данной разработки.

## Маркетинг и каналы сбыта

Маркетинговая стратегия основана на уже проведенных пробных продажах: захват 20% рыночного сегмента за 2-3 года за счет существенной новизны новых рекламоносителей и, как следствие, низкой конкуренции в данном сегменте. Ценовая политика агрессивная: начальный захват рынка и снятие «сливок». Каналы сбыта и продвижения: Участие пилотных образцов в самых крупных специализированных выставках (Москва, С. Петербург, города-миллионники в РФ и СНГ), прямые продажи в наиболее крупные объекты элитного отдыха: рестораны, ночные клубы, казино, бары в РФ и СНГ.