

ООО «Бечета»

Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 3 - 5 млн.

Описание компании

1. **Дата создания** – 2001 г. В настоящее время ООО «Бечета» – крупнейший производитель материалов для герметизации, гидроизоляции, гидрофобизации и антикоррозийной защиты. В 2005 г. произведено более 7 000 тонн материалов строительной химии.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего \$ 1 500 тыс. – собственные средства.
3. **Продукция** – герметизирующие материалы для фасадных работ, для производства и монтажа светопрозрачных конструкций, а также специальные герметизирующие материалы для электротехнической и радиоэлектронной продукции.
4. **Область применения продукции** – Строительный комплекс, машиностроение, электротехническая промышленность, энергетика, электронная промышленность и радиоэлектроника.
5. **Объем реализации за 2005 г.** – \$ 5 475 тыс.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 150 тыс. – Производственное оборудование (диссольтверы, реакторы, смесители для вязких смесей, фасующее оборудование, сушильные шкафы, магистрали с азотом, вакуумом, холодной водой – в общей сложности более 30 единиц).
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – Владеет «know-how» рецептуры строительных и специальных герметиков для аэрокосмической промышленности.
8. **Знаки общественного признания** – Результаты исследований докладывались на Международном научно-практическом семинаре «Энергоэффективные окна» (Санкт-Петербург, 2003); Международной конференции «Новые технологии современного строительства» (Киев, 2004), представлялись на выставке «Fenestration China 2003»(Пекин, Китай).

Владельцы

Физические лица	100%
Совокупная доля госсобственности	0%

Характеристика продукции

Помимо **серийной продукции** и материалов строительной химии для фасадных работ, производства стеклопакетов («Сазиласт», СТИЗ-20), компания производит материалы для уплотнения и герметизации клепанных, сварных и болтовых соединений, работающих в воздушной среде, среде разбавленных кислот, щелочей и топлива. Силиконовые и акриловые герметики, производимые компанией универсальны, экономичны, просты в использовании, позволяют изменять вязкость в зависимости от выбранной технологии нанесения, имеют малую усадку, обладают продолжительным временем «жизни».

Разрабатываемая продукция – В качестве инновационного продукта компания предлагает созданный полимерный материал СТИЗ-АМ для герметизации наружных швов оконных проемов. Герметик экономичен в использовании и паропроницаем, т.е. выводит водяной пар из шва на улицу. Это свойство герметика по сравнению с аналогами обеспечивает значительное снижение теплотерь в помещениях.

Рынки и конкуренция

Объем рынка строительных герметиков в 2004 году в РФ составил \$ 10-12 млн. (А.Болтавин, 2005 см. <http://www.press-release.ru/branches/chemistry/438c6e9b5025b/>) К 2010 г. объем продаж прогнозируется по результатам исследований DISCOVERY Research Group не менее \$ 100 млн. Доля компании в секторе строительных герметиков составляет около 20%, фасадные материалы – 60%, герметики для машиностроения, электротехнической и электронной промышленности – 40-50%.

Стратегия развития

Направление использования инвестиций:

1. НИОКР - анализ зависимости тепло- и влагопередачи от скорости вулканизации и изменения вязкости герметика - 12%;
2. Приобретение основных средств – 4 высокопроизводительных смесителя на основе базовой модели смесителя-диспергатора и гидравлический пресс - 30%;
3. Маркетинг герметика СТИЗ-АМ (создание агентств, участие в выставках, рекламная компания) - 4%;
4. Оборотные средства - 54%.

Планируемая мощность производства герметика СТИЗ-АМ по проекту составит 1000 тонн в год. Реализация инновационной продукции на рынке строительных герметиков в денежном выражении составит к 2010 г. не менее \$ 2,9 млн. (в ценах 2006 г.).

Маркетинг и каналы сбыта

Широкая дилерская сеть, насчитывающая более 20 представительств по всей территории России, а также в Беларуси, Молдове и Украине, подтверждает эффективность применяемой компанией системы сбыта. В соответствии с этим компания по отношению СТИЗ-АМ будет использовать следующие инструменты сбытовой политики:

- краткосрочные и долгосрочные договора с дилерами (ООО «Альянс-Балтика» СПб, ООО «Кондорс» Н-Новгород, ООО «ТД СГТ» Новосибирск, ОДО «Никмар» Минск, SLP «Авида» Кишинев);
 - участие в выставках и проведение постоянных рекламных кампаний (на веб-сайтах и в специализированных периодических изданиях – ОКНА I DVERI.RU; «Светопрозрачные конструкции», «Святок») с целью формирования устойчивого спроса и стимулирования сбыта на продукцию предприятия;
- применение гибкой ценовой политики при работе с клиентами.