

## ЗАО «Люмэкс-маркетинг»

**Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 7 млн.**

### Описание компании

1. **Дата создания** – февраль 1997 г.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего – \$ 700 тыс. от ТРТФ (Кипр) Лимитед.
3. **Продукция** – аналитические приборы и методики химического анализа.
4. **Область применения продукции** – экологический, санитарный, ветеринарный, технологический контроль, научные исследования.
5. **Объем реализации за 2005 г.** – \$ 7 610 тыс.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 422 тыс. – станки, производственное оборудование, офисная техника.
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – патенты, торговые марки. Все приборы для ИК-анализа оснащены запатентованной оригинальной конструкцией интерферометра, помимо этого ИнфраЛЮМ ФТ-40 снабжен запатентованным просыпным устройством для измерения параметров пробы в квазинепрерывном режиме. Запатентованы две методики (по определению концентрации нефтепродуктов и фенола в воде), реализуемые на приборах серии Флюорат-02, и способ анализа замороженных растворов, реализуемый на приборах серии Флюорат-02 с Крио-приставкой. Шприцевой насос ЛЮМАХРОМа, имеет свидетельство о регистрации полезной модели. В приборах серии Ласка реализован запатентованный способ измерений, позволяющий работать в динамическом режиме, при этом в приборах установлено запатентованное устройство, позволяющее работать с системами частиц, имеющими тенденцию к укрупнению во времени.
8. **Знаки общественного признания** – «Люмэкс – маркетинг» - постоянный участник наиболее значимых международных программ, конференций и выставок в области аналитической химии. На Международной специализированной выставке «AnalyticaExpo-2005» фирма была награждена 4-мя дипломами. Компания, единственная из стран бывшего СССР, упомянута в авторитетном международном перечне ведущих предприятий аналитического приборостроения «Analytical Instruments Industry Scoreboard – 2000». Система управления качеством в компании была сертифицирована в 1999 г. на соответствие требованиям международному стандарту ISO 9001/94 двумя организациями – «АСЕПТ Бюро» (Россия) и «АFAQ-ACERT» (Франция), аккредитованными в DAR/TGA (Германия). В 2004 г. организация получила сертификат на соответствие системы менеджмента качества требованиям новой версии международного стандарта ISO 9001:2000.

### Владельцы

Юридические лица (ТРТФ (Кипр) Лимитед)	40%
2 физических лица равными долями по 30%	60%
Совокупная доля госсобственности	0%

### Характеристика продукции

Выпускаемая продукция – Приборы, выпускаемые фирмой, применяются в экологическом, санитарном, ветеринарном и технологическом контроле, медицине, для радиационной защиты.

Разрабатываемая продукция – Приборы, разрабатываемые фирмой, применяются в металлургии, пищевой и химической промышленности, в научных исследованиях.

## **Рынки и конкуренция**

Мировой рынок аналитического приборостроения в 2001 г. составлял \$ 22 млрд., при средних темпах роста 8 – 10% в год, ожидаемый объем продаж в 2006 г. составит \$ 33 млрд. Этот показатель существенно различается по различным видам продукции: по новейшим приборам может составлять до 200% в год. Продукция ЗАО «Люмэкс-маркетинг» попадает в следующие группы методов анализа: атомная спектроскопия; молекулярная спектроскопия; разделение и анализ жидкой фазы; биоаналитическая техника; определение физических свойств.

На мировом рынке производителей аналитического приборостроения 10 компаний обеспечивают \$ 8,5 млрд. (38%), компании с 11 по 50 – \$ 6,7 млрд. (30%), остальные 1000 компаний – \$ 7 млрд. (32%).

На разных региональных рынках лидирующие позиции могут занимать производители, не являющиеся мировыми лидерами приборостроения. Так, «Люмэкс» входит в число первых 300, из 1000 компаний, обеспечивающих 32% мирового объема продаж, однако, на рынке РФ входит в первую «тройку» производителей.

Для продукции «Люмэкс» наиболее перспективными являются следующие региональные рынки (по степени убывания): Россия и другие страны СНГ, США и Канада, страны ЕС, страны Ближнего и Среднего Востока, Индия, Китай, страны Юго-Восточной Азии.

Основным рынком сбыта продукции «Люмэкс-маркетинг» являются РФ и страны СНГ. В настоящее время в РФ можно обозначить три основных сегмента рынка аналитического приборостроения.

1 сегмент – лаборатории, комплектуемые аналитическим оборудованием производства крупных зарубежных компаний. Это крупные корпорации, нефтегазовый комплекс, металлургия, химическое производство, лаборатории ведущих научно-исследовательских организаций.

2 сегмент – лаборатории, комплектуемые б/у аналитическим оборудованием производства зарубежных компаний, а также современными отечественными приборами. В основном это научные центры и научно-исследовательские лаборатории системы РАН.

3 сегмент – лаборатории, комплектуемые аналитическим оборудованием отечественного производства. К этому сегменту относятся: контролирующие государственные учреждения, лечебные учреждения Минздрава, предприятия АПК, лабораторные службы МЧС и МО, промышленные предприятия.

Компания «Люмэкс-маркетинг» ориентируется на последние два сегмента, однако некоторые новые проекты (например, внедрение ИнфраЛЮМ ФТ-10 в молочную промышленность, Капели 105-М в пивную отрасль), разрабатываемые в настоящее время, позволяют также говорить о захвате доли первого сегмента. Доли рынка аналогичных приборов по сегментам составляют соответственно: ~ 5%, ~ 15 % и ~ 30 %.

Наиболее вероятным сценарием для рынка аналитического приборостроения в целом по России и стран СНГ в перспективе 4-5 лет представляется стабильное развитие с умеренным ростом объемов потребления в пределах 4-5% в год, с ростом новых секторов до 50% в год. При этом рынок России и СНГ будет с запаздыванием повторять тенденции мирового рынка, т.е. в ближайшие годы наиболее перспективными будут сегменты ИК-спектроскопии и капиллярного электрофореза.

## **Стратегия развития**

### **Направление использования инвестиций:**

Приобретение основных средств (здание и оборудование) - 100%.

За последние пять лет объемы продаж фирмы в денежном выражении в среднем увеличивались на 20% в год. Фирма рассчитывает реализовать разработки перспективных продуктов (ИК-анализ, КЭФ, ВЭЖХ, и др.), что позволяет рассчитывать на увеличение объема продаж до 40% в год в течение ближайших 5 лет.

### **Маркетинг и каналы сбыта**

Обеспечивается сервис и методическая поддержка.

Через отдел продаж компании оформляется около 80% продаж, из них примерно по 30% продаж выплачивается вознаграждение по услугам дилеров, таким образом, около одной трети продаж компании осуществляется с помощью дилеров, с которыми заключены контракты. Кроме того, около 20% составляют продажи через представительства компании в Москве, Новосибирске, в странах СНГ.

Маркетинговая работа фирмы ведется по 2 координатам: отрасли и регионы.

На первом этапе продвижения нового продукта выявляются характерные аналитические проблемы, которые могут быть решены с его помощью. Затем в ведущих лабораториях отрасли проводится отработка нового решения. На этом этапе вносятся коррективы в методики, иногда в конструкции. Информация на рынок поступает посредством сайта, проведения мероприятий, через дилеров и прямой контакт с предприятиями.