

Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 1,2 млн.

Описание компании

1. **Дата создания** - февраль 2004 г. Создана учеными МГУ им.М.В.Ломоносова с целью разработки и внедрения высокоэффективных, современных тест-систем для экомониторинга, медицины и экспресс-контроля продуктов потребления. С 2005 г. начаты продажи продукции компании.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего – \$ 329 тыс.; в том числе \$ 25 тыс. – Фонд Содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, программа «Старт», \$ 4 тыс. – муниципальная субвенция, \$ 300 тыс. – ФЦНТП.
3. **Продукция** – биолюминесцентные тест-системы на основе биосенсоров для экспресс-контроля биозараженности продуктов питания, нефтепродуктов, воздушного и водного пространств, поверхностей технологического оборудования и медицинского инструментария и др.
4. **Область применения продукции** – Пищевая, нефтехимическая, парфюмерная, фармакологическая промышленности, экология, медицина, экспресс-контроль биозараженности различных объектов.
5. **Объем реализации за 2005 г.** – \$ 10,3 тыс.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 68 тыс. – спецоборудование.
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – Два патента. Разработан и введен в действие ГОСТ Российской Федерации. Права на ИС принадлежат компании.
8. **Знаки общественного признания** – Победители Пятой Российской Венчурной ярмарки в номинации «Лучшая компания ранней стадии развития»; конкурса «Русские инновации» 2005 г. в номинации «Лучший инновационный проект». Награждены ценными подарками, грамотами, дипломами. Более 300 печатных работ.

Владельцы

Физические лица	100%
Совокупная доля госсобственности	0%

Характеристика продукции

Выведено на рынок четыре вида тест-систем для пищевой промышленности, использование которых позволит сократить время анализа в десятки раз, проводить анализ на месте и снизить его стоимость, что в свою очередь даст возможность предприятиям-производителям немедленно принимать корректирующие действия для выпуска качественной продукции и минимизировать риск задержки выпуска и возврата готовой продукции. Компанией разработан и введен в действие ГОСТ Р 52415-2005. Создан опытный образец российского люминометра, проведены испытания и начаты работы по сертификации прибора. В разработке находятся тест-системы для быстрого определения микробного загрязнения нефтепродуктов, биологических жидкостей (кровь моча), антибиотикочувствительности.

Рынки и конкуренция

В настоящее время рынок тест-систем микробиологического анализа в России не развит, поэтому оценить его объективно не представляется возможным. Тем не менее, можно оценить потенциальную

потребность в тест-системах бактериологического контроля на примере некоторых областей применения:

Молочная промышленность- контроль молока-сырья. По данным Росстата за год предприятиями молочной отрасли перерабатывается порядка 17,6 млн. тонн свежего молока. Учитывая, что в среднем (данные по мелким и крупным предприятиям) тестированию подлежат каждые 5 тонн молока-сырья, общая потребность в тестах составляет 3,5 млн./год. Выход на данный сегмент запланирован на октябрь 2006 г. с долей рынка – 1%. По оценке компании предел завоевания ниши в молокоперерабатывающей отрасли составит 30% к 2010 г. с годовой выручкой \$ 1,2 млн.

Пищевая и фармацевтическая промышленности, медицина – гигиена и санитарный контроль. По оценке компании, основываясь на нормативной документации органов Санэпиднадзора, были рассчитаны потребности данных предприятий в тестах бактериологического контроля. Общий рынок по данным областям составляет приблизительно 50,8 млн. тестов/год. Совокупная выручка по данным сегментам к 2010 г. ожидается в размере \$ 2,5 млн.

Здесь приведены подсчеты лишь для некоторых сегментов рынка применения тест-систем ООО «Люмтек». Полный объем расчетов содержится в бизнес-плане компании.

На сегодняшний день возможными конкурентами в области контроля санитарного состояния поверхностей технологического оборудования и воды являются такие компании, как «Merck» (Германия) и «Hygiene» (США), которые делают свои первые шаги в данных сегментах Российского рынка.

Стратегия развития

1. НИОКР по разработке новых тест-систем для нефтехимической, парфюмерной, пищевой промышленности и медицины - 15%;
2. Приобретение основных средств для организации собственного производства - 35%;
3. Маркетинг готовых к продаже тест-систем для пищевой промышленности - 15%;
4. Оборотные средства - 25%;
5. Сертификация тест-систем - 10%.

Маркетинг и каналы сбыта

Согласно стратегии развития компании, основным рынком сбыта на начальном этапе (1-2 года) будет отечественный (b2b). Это обусловлено, в первую очередь, наличием неудовлетворенного спроса на экспресс-контроль среди российских компаний, представляющих пищевой сегмент рынка.

Для продвижения продукта на рынок компания проводит: сертификацию продукции и введение разработанных методик и тест-систем в ГОСТ Российской Федерации; рекламные акции, практические семинары для специалистов; участвует в тематических выставках и научных конференциях.

Реализация продукции на начальном этапе осуществляется путем прямых продаж партий тест-систем предприятиям московского региона, далее планируются продажи продукции через сеть дистрибуции в других регионах РФ. Развитие ориентировано на потребительские рынки (b2c) и поставку тест-систем государственным структурам (b2g). Основная перспективная задача компании – создание офиса продаж в Европе и США.