

ООО «НПО «Мипор»

Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 500 тыс.

Описание компании

1. **Дата создания** – март 1992.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего - \$ 377 тыс.; в том числе: собственные средства – \$ 100 тыс.; ФЦНТП – \$ 277 тыс.
3. **Продукция** – производство и переработка порошков различного назначения (шлифовальные порошки, легирующие материалы, наполнители, субмикронные порошки для технической керамики).
4. **Область применения продукции** – Подшипниковая (шлифпорошки), металлургическая (лигатуры, покрытия), машиностроительная, аэрокосмическая, оборонная, химическая (катализаторы), строительная (наполнители, пигменты) отрасли промышленности.
5. **Объем реализации за 2005 г.** – \$ 270 тыс.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 199 тыс. – научно-исследовательское оборудование, производственное оборудование, земельный участок, производственные помещения.
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – НПО «Мипор» является патентообладателем 1 патента РФ (изобретение), поданные в 2006 г. 2 заявки на патент РФ (изобретение) прошли формальную экспертизу.
8. **Знаки общественного признания** – Золотая медаль и диплом VI Московского международного салона инноваций и инвестиций 2006 г., Диплом Торгово-промышленной палаты РФ 2006 г. Диплом конкурса инновационных проектов «Наука-технология-производство-рынок». Диплом Всероссийской научно-производственной инновационной выставке-ярмарке «Интеграция-2005».

Владельцы

Физические лица	100%
Совокупная доля госсобственности	0%

Характеристика продукции

Выпускаемая продукция – шлифовальные порошки на основе Al₂O₃ с размером частиц менее 0,3 микрон (300 нанометров), легирующие материалы на основе нитрида кремния (азотированный ферросилиций, порошковая проволока с азотированным ферросилицием), опытные партии субмикронных порошков различного назначения: Al; Cu; TiWC; TiC; Si₃N₄; и др.

Разрабатываемая продукция – функциональные изделия из Si₃N₄, SiC, Al₂O₃ (термоударная, огнестойкая и др. техническая керамика); шлифовальные порошки на основе Al₂O₃ с размером частиц менее 0,15 микрон (150 нанометров), легирующие материалы и покрытия из нитрида хрома, нитрида кремния и др., порошковые компоненты конструкционных материалов.

Рынки и конкуренция

Продукция	Год	Объем рынка, \$ млн.	Доля компании на рынке, %	Доля конкурентов на рынке, %
Прецизионные шлифпорошки	2006	2	20	80
	2010	3	40	60

Высокоазотистые лигатуры	2006	5	5	95
	2010	7,2	10	90
Компоненты керамики и покрытий	2006	4	0	100
	2010	8	8	92

В России в данный момент отсутствует массовое промышленное производство абразивных материалов с размером частиц менее 1 микрона. На российском рынке азотсодержащих легирующих материалов в основном представлена продукция Украины, Китая и Европы. Китайская продукция самая дешевая и самая низкокачественная и не может использоваться при выпуске некоторых видов стали. При высоком уровне качества продукция европейских производителей самая дорогая. Украинская продукция занимает среднее положение и по качеству, и по цене. Порошки нитрида кремния, оксида алюминия и т.п. для производства технической керамики и специализированных изделий имеют существенно более низкую себестоимость, чем у аналогов.

Стратегия развития

Направление использования инвестиций:

1. НИОКР - 30%;
2. Приобретение основных средств - 40%;
3. Маркетинг - 5%;
4. Оборотные средства - 20%;
5. Другое (сертификация, защита интеллектуальной собственности) - 5%.

Инвестиции необходимы для решения задач, связанных с проведением НИОКР по отработке технологических процессов и созданию оборудования для организации промышленного выпуска новой продукции, приобретения исследовательско-аналитического оборудования, изготовления разработанного технологического оборудования для оснащения новых производственных площадей, сертификации и защиты интеллектуальной собственности, маркетинга.

Маркетинг и каналы сбыта

Реализация продукции в настоящее время производится по договорам поставок с предприятиями-заказчиками. Привлечение новых заказчиков планируется организовать за счет целевой рекламной деятельности. Основным каналом сбыта будет прямая продажа продукции, что даст возможность контролировать качество товара и быстро реагировать на требования рынка. Для учета особенностей возможных фирм-потребителей будут проводиться дополнительные маркетинговые исследования. Увеличение объемов реализации продукции будет осуществляться и за счет снижения себестоимости и цен.

Рассылка рекламных материалов на предприятия - возможные потребители (ОАО «Завод авиационных подшипников», (г. Самара), ЗАО «Курская подшипниковая компания», ОАО «Магнитогорский металлургический комбинат», ФГУП ОНПП «Технология» (г. Обнинск), ФГУП «Сибирский химический комбинат» (г. Северск) и др.) будет осуществляться как в печатном виде, так и через электронную почту. В ближайшее время планируется создать веб-сайт компании. Реклама продукции будет производиться и через участие в международных, региональных и отраслевых выставках и форумах (Московский международный салон инноваций и инвестиций, Всероссийская научно-производственная выставка-ярмарка «Интеграция» и др.).