

ЗАО «Светотехническая компания»

Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 1,15 млн.

Описание компании

- Дата создания** – Апрель 2003 г.
 - Апрель 2003 г. – Февраль 2004 г. – разработка полупроводниковой световой гирлянды;
 - Февраль 2004 г. – Январь 2005 г. – запуск в производство и серийный выпуск полупроводниковой световой гирлянды, разработка стробоскопических ламп;
 - Январь 2005 г. – Январь 2006 г. – запуск в производство и серийный выпуск стробоскопических ламп, разработка модификаций полупроводниковых световых гирлянд;
 - Январь 2006 г. – Август 2006 г. – разработка, запуск в производство и серийный выпуск системы управления стробоскопическими лампами.
- Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего – \$ 356 тыс.; в том числе: Фонд содействия развитию малых форм предприятий – \$ 60 тыс.; ФЦНТП – \$ 296 тыс.
- Продукция** – Светотехнические изделия на светодиодах.
- Область применения продукции** – Наружная и интерьерная реклама, интерьерное оформление и подсветка.
- Объем реализации за 2005 г.** – \$ 960 тыс.
- Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 32 тыс. – производственное оборудование.
- Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – Патент № 36916, 27 марта 2004 г., полупроводниковая световая гирлянда.
- Знаки общественного признания** – нет.

Владельцы

ЗАО «Светлана-Оптоэлектроника»	20%
Физические лица	80%
Совокупная доля госсобственности	0%

Характеристика продукции

Выпускаемая продукция – стробоскопические светодиодные лампы (стробоскопы) и гибкие светодиодные линейки (гирлянды) различных модификаций. Линейки являются заменой неоновой подсветки. Стробоскопы используются для привлечения внимания и являются декоративным элементом в оформлении объектов наружной рекламы. Все изделия обладают высоким уровнем защиты от атмосферных воздействий, ударопрочностью, долгим сроком службы, малым потреблением электроэнергии.

Разрабатываемая продукция – дисплей на базе мощных полупроводниковых источников света с электрокинематическим принципом формирования изображения (электрокинематическое светодиодное табло), предназначенного для использования в качестве светового носителя информации с возможностью её доступной смены, для применения в рамках проведения общественных мероприятий, в качестве информационного табло в местах продаж, на выставочных и развлекательных мероприятиях в качестве рекламного объекта. Принцип работы продукта основан на вращении с высокой скоростью светодиодных планок так, что создаётся эффект изображения. Продукт обладает низким энергопотреблением, долгим сроком службы, высокой мобильностью.

Рынки и конкуренция

Вид продукции и планируемые технические и функциональные характеристики практически в полной мере определяют группу потенциальных потребителей:

- магазины, точки продаж;
- места общественного питания;
- организаторы общественных мероприятий;
- государственные учреждения для использования в качестве информационно-указательной системы.

По оценкам специалистов совокупный объём Российского рынка рекламы в 2004 г. составил около \$ 710 млн. Объём рынка светотехнического оборудования на сегменте наружной рекламы составляет около 25% – \$ 170 млн. Темпы роста рекламного рынка стабильные: за 2004 г. прирост составил 34%, в 2003 г. - 33%. На 2006 г. доля компании на рынке наружной светодиодной рекламы составляет 18%. К 2010 г. предполагается увеличить её до 30%.

Основными конкурентами являются производители светодиодных бегущих строк и объёмных коробов. Наиболее крупные из них: «АТВ Наружные системы» (Москва), «Ледокол» (Санкт-Петербург), «New Light Technologies» (Москва).

Стратегия развития

Направление использования инвестиций:

1. Приобретение основных средств (гравировально-фрезерное оборудование, оборудование для вакуумной формовки) - 60%;
2. Маркетинг (вывод на рынок и продвижение) - 15%;
3. Оборотные средства - 25%.

Маркетинг и каналы сбыта

В связи с тем, что разрабатываемый продукт имеет высокую технологическую новизну для рекламного рынка, его продвижение будет представлять собой несколько этапов:

- подготовительный: заполнение информационного вакуума (распространение информационных статей в специализированных изданиях, проведение технических семинаров);
- основной: реализация рекламной кампании в СМИ и реализация системы стимулирования сбыта.

Сбыт разрабатываемого продукта будет осуществляться двумя основными путями:

- оптовые компании по поставке материалов для изготовления рекламы, такие как ВеМаТэк (13 филиалов по России), Гельветика (18 филиалов по России); партнёры, для которых компания производит эксклюзивные вывески и поставляет серийную продукцию: сеть игровых автоматов Арго, Вулкан и т.д.