

ООО «НПП «Техника»»

Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 680 тыс.

Описание предприятия

1. **Дата создания** – март 2004 г.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего – \$ 1 598 тыс.; в том числе: собственные средства – \$ 7 тыс.; Фонд содействия развитию малых форм предприятий (программа «Старт») – \$ 25 тыс., ФЦНТП – \$ 438 тыс., средства инвестора – \$ 1 128 тыс.
3. **Продукция** – балансировочное оборудование для статико-динамического уравнивания тел вращения в вибрационном режиме (без вращения).
4. **Область применения продукции** – прецизионная балансировка роторов машин (в том числе несплошных) в различных отраслях промышленности (например, в энергетике).
5. **Объем реализации за 2005 г.** – нет.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика** – нет, используется предоставляемая на безвозмездной основе инфраструктура Пензенского государственного университета.
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – патент РФ «Способ и устройство для балансировки ротора» № 2270985.
8. **Знаки общественного признания** – призер конкурса по программе «Старт 2004», победитель «Конкурса русских инноваций 2005» (г. Москва); публикации - Малев Б.А., Николаев А.Н., Брякин Л.А., Кочкин С.В. Балансировка тел вращения в вибрационных режимах. Труды международной научно-технической конференции «Проблемы автоматизации и управления в технических системах». Пенза 2004, Кочкин С.В., Малев Б.А., Николаев А.Н., Брякин Л.А. Моделирование колебательной системы устройства для балансировки ротора, работающего в вибрационном режиме. Межвузовский сборник научных трудов «Автоматизация и управление в технических системах». Пенза 2005.

Владельцы

ОАО «Никор»	51%
Физические лица	49%
Совокупная доля госсобственности	0%

Характеристика продукции

Выпускаемая продукция – Балансировочное оборудование для статико-динамического уравнивания тел вращения (роторов) в вибрационном режиме (без вращения).

Разрабатываемая продукция – Новый класс оборудования для прецизионного уравнивания роторов турбин энергетических установок без их вращения.

Аналоги представлены балансировочным оборудованием, работающем при вращении ротора.

Оборудование, работающее в вибрационном режиме, в мире не выпускает никто.

Рынки и конкуренция

	Показатель	Продукция заявителя (стадия ОКР)	Carl Schenck (Германия)	"Акрон-3" (Россия)
География - РФ Объем рынка \$ 6 млн.				

2004	Доля компании на рынке, \$ тыс. / %	7 / 0,12%	1 200 / 20%	120 / 2%
География – РФ Объем рынка \$ 8 млн.				
2009	Доля компании на рынке, \$ тыс. / %	1 244 / 15,55%	1 400 / 17,5%	140 / 1,75%

Стратегия развития

Направления использования инвестиций

1. Приобретение основных средств - 32,35%;
2. Модернизация продукции - 27,25%;
3. Маркетинг - 11,00%;
4. Оборотные средства - 29,40%.

В результате привлечения инвестиций будет закуплено современное оборудование для собственного производства (в настоящее время заказы на изготовления деталей и узлов размещаются на сторонних предприятиях, что сказывается на себестоимости готовых изделий), будет проведена модернизация существующих разработок с целью повышения точности измерений и унификации оборудования для балансировки разноразмерных узлов и агрегатов; осуществлены мероприятия по выходу на внешние рынки.

Маркетинг и каналы сбыта

Предполагается закончить НИОКР, организовать мелкосерийное производство оборудования. Для этого предполагается использовать привлеченные средства инвестора, а с 2008 г. собственные средства. Предполагается распространение продукции с использованием прямых договорных отношений с машиностроительными предприятиями. Особую заинтересованность в нашей продукции проявляют ремонтно-механические предприятия РЖД (в частности Куйбышевской железной дороги), которым необходимо оборудование для высокоточной балансировки турбин силовых агрегатов локомотивов. Для поиска потенциальных потребителей предполагается участие в отраслевых ярмарках-выставках (Гуанджоу, Ганновер, Брно). Кроме того, предполагается опубликование рекламно-информационных материалов в профильных средствах массовой информации, проведение адресных рассылок рекламных материалов по предприятиям соответствующего профиля в России и за рубежом, проведение рекламной кампании в Интернете. Для привлечения клиентов наряду с демонстрацией технических характеристик оборудования проводится разумная ценовая политика, позволяющая потенциальному клиенту сделать выбор, опираясь не только на технические преимущества, но и на оптимальное соотношение «цена-качество».