



**Резюме**

1. **Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 1,3 млн.**
2. **Продукция** – сектор: игрушки, электронные игры, детские книги, развивающие игры и головоломки, детская учебная литература; продукция: электронные говорящие книги, говорящие пазлы, говорящие кубики и игрушки.
3. **Торговые марки** – в стадии разработки.

**Общая информация о компании**

**Дата создания** - июнь 2005 г. Компания создана специалистами, разработчиками электронных систем и компонентов и программистами. В 2006 г. компания получила грант \$30 тыс. Фонда содействия развитию малых форм предприятий. Объем инвестиций уже осуществленных в компанию составил \$ 440 тыс. собственных средств.

**Знаки общественного признания** – май 2005 г. Диплом и 1-е место в 8-м конкурсе бизнес идей и научно-исследовательских разработок Молодые, Дерзкие, Перспективные, СПб;

Диплом в региональном конкурсе SPIVA Санкт-Петербургская Международная Бизнес-Ассоциация на Северо-Западе за самую оригинальную бизнес-идею, СПб;

Почетная грамота Старт-06, коллективу авторов инновационного проекта «Говорящая книга» г. Москва Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере;

Диплом и 1-е место Конкурса Разработчиков и Инноваций Multy Voice of Business, г. Москва;

Публикация - Джанибекова Анна, "Деловой Петербург" №101 (2423) от 07.06.2007.

**Количество работающих на фирме:** постоянно: 5 человек, привлекаемых: 80 человек.

**Команда**

**Мишин Антон Андреевич** – генеральный директор, 28 лет. Высшее образование. Арт-Эксперт, Режиссер ТФД, программист, опыт работы в коллективе разработчиков программных продуктов и сред. Дополнительное образование Академия Экономики и управления (МВА), соавтор всех разработок компании, знание английского языка.

**Мишин Андрей Владимирович** – зам. генерального директора, 50 лет. Высшее образование. Радиоинженер, обладает большим опытом управления, руководит коллективом, соавтор всех разработок компании. **Мишина Анастасия Михайловна** – главный художник, 27 лет. Высшее образование. Художник графического дизайна, опыт верстки полиграфических изданий, предпечатная и печатная подготовка.

**Облемова Александра Ивановна** – программист-математик, 23 года. Высшее образование. Дополнительное образование Академия Экономики и управления(МВА), знание английского языка.

**Станина Татьяна Сергеевна** – финансовый директор, экономист, 25 лет. Высшее образование. Стажировка в Америке.

**Продукция**

На мировом рынке игрушек, объем которого составляет почти \$ 90 млрд. начался передел сфер влияния. Традиционные твердые игрушки сдают позиции под напором виртуальных компьютерных игр.

Говорящая электронная Книга это книга, которая поет и разговаривает. Говорящая книга – это помощник детям и взрослым – книга, которая может воспроизводить звук и музыку, читать сказку, петь песенки, а также записывать голос папы или мамы. Полезная модель «Говорящая Книга» относится к области устройств и методов совмещения аудио- и визуального индексов информации. Может быть использовано в полиграфической, книгопечатной и радио-электронной промышленности. Патент №43676 зарегистрирован договор исключительной лицензии №РД0009701 от 21.06.2006 г.

**Сравнение с аналогами:**

Характеристика	Обучающие компьютеры	Интерактивные игры	My first LeapPad	Музыкальная книжка	Говорящая книга
Безопасность ребенка	2	3	2	3	3
Развивающие функции	3	3	3	2	3
Экологически чистые материалы	2	3	2	2	3
Возрастные рекомендации	2	2	2	2	3
Дизайн	3	2	3	3	3
Цена	2	3	3	3	2
Средняя оценка	2,3	2,7	2,5	2,5	2,8

**Текущее состояние**

Закончен 1-й год НИОКР. Идет работа с художниками - 60% выполнено (750 иллюстраций 50 сказок). Идет подготовка предпечатной подготовки и верстка, осуществляется звукозапись и работа с чтецами, музыкантами, певцами, а также работа по сведению звука. Идет подготовка к производству. Разработка новых производственных образцов кубики, пазлы, головоломки. Работа с методистами школьного и дошкольного образования.

## Стратегия развития

### Направление использования инвестиций:

- |   |      |
|---|------|
| 1. НИОКР (создание серийных образцов)                       | 20%; |
| 2. Приобретение основных средств и организация производства | 70%; |
| 3. Маркетинг  | 5%;  |
| 4. Оборотные средства                                       | 5%.  |

### Результат инвестиций

Электронная говорящая книга: Для детей дошкольного возраста: говорящие сказки; говорящая азбука с картинками (учимся читать); говорящие цифры (учимся считать); Для детей школьного и старшего возраста: говорящие учебники; говорящие пособия (для инвалидов зрения); говорящие комиксы; электронные газеты; говорящие журналы; говорящие энциклопедии. Говорящие «пазлы». АудиоCD+DVD.

### Маркетинг и рынки

По официальной статистике в нашей стране проживает около 28,5 млн. детей до 16 лет (около 20% населения). Общую емкость российского рынка детских товаров специалисты агентства Symbol-Marketing оценивают в \$ 4,5-7,5 млрд. Прирост рынка каждый год составляет 20 – 25%, а по некоторым направлениям, например по игрушкам, рынок растет на 30% в год (см. Индустрия маркетинга 2006. №10, 15-31 мая).

Сегодня рынок детских товаров в России — это один из самых насыщенных сегментов розничной торговли. По данным агентства Step by Step, оборот рынка детских товаров с 2002 по 2005 год вырос на \$ 2 млрд. Эксперты прогнозируют рост рынка на 20-25% ежегодно еще несколько лет.

Подводя итог, можно сказать, что рынок детских товаров – один из самых насыщенных и в то же время перспективных. Дети растут, требуя ежегодного обновления гардероба и обеспечивая оборот рынка. На фоне этой тенденции, а также острой конкуренции в других сегментах, вложения в детскую индустрию могут быть очень выгодны.

Стратегия выхода на рынок: Организация в нашей компании отдела продаж и отдела рекламы, поиск региональных партнеров (существуют договоренности с потенциальными партнерами (выполняющих удаленную художественную работу) в Украине, Казахстане, Узбекистане, Израиле, Германии, Англии, которые готовы взять часть тиража и реализовать его, а также идет работа по заключению договоров на поставку (реализацию), расширение выпускаемого ассортимента, работа и взаимодействие с уже существующими розничными сетями Москвы и Санкт-Петербурга и ряда городов России.

В качестве рекламных ходов рассматриваются: разработка и производство фирменных стендов под свою продукцию, рекламные плакаты, освещающие ассортимент для размещения в розничных сетях. Ведутся переговоры относительно организации детских праздников «Новый год» и «День знаний» для осуществления в рамках этих праздников рекламной компании и реализации своей продукции. Создание бренда.

### Взаимодействие с инвестором

Готовы отдать долю компании до 50%. Точка безубыточности наступает в 4 квартале с момента запуска проекта (на 11-12 месяце).