

## ЗАО «РосПолиТехСофт»

**Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 1,4 млн.**

### Описание компании

1. **Дата создания** – март 2002 г.
2. **Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию:** всего – \$ 448 тыс. Средства ФЦНТП.
3. **Продукция** – оригинальное программное обеспечение, электронные интерактивные операционные карты.
4. **Область применения продукции** – интегрированная логистическая поддержка жизненного цикла наукоемких изделий.
5. **Объем реализации за 2005 г.** – \$ 571 тыс.
6. **Стоимость основных фондов и краткая характеристика:** \$ 28,5 тыс. – помещения с управляющим компьютерным комплексом; оборудованные помещения для работы программистов.
7. **Права на объекты интеллектуально-промышленной собственности** – нет.
8. **Знаки общественного признания** – нет.

### Владельцы

Физические лица	100%
Совокупная доля госсобственности	0%

### Характеристика продукции

Выпускаемая продукция – выполнение научно-исследовательских работ; разработка и создание оригинальных компьютерных программ; разработка и создание электронных интерактивных операционных карт, интегрированных с электронной версией комплекта эксплуатационной документации, для сферы информационных технологий.

Разрабатываемая продукция – Алгоритмы и программное обеспечение для сканирующих устройств с разрешением более 500 dpi при скорости получения изображения более 5 кадров в секунду и дальнейшей программной идентификацией со скоростью более 5000 сравнений в секунду (при разрешении изображения 500 dpi). Устройства нужны для идентификации личности. Устройства считывания и распознавания информации с документов (с разрешением 400 dpi, интерфейсом передачи информации в ПК USB 2.0 и скоростью сканирования изображения размером со страницу паспорта менее 1 сек.).

### Рынки и конкуренция

Разрабатываемая продукция. Корпорация «РосПолиТехСофт» выходит с разрабатываемой продукцией на рынок биометрических технологий. Объем рынка по данной продукции в 2005 г. составил около \$ 2 000 тыс. К 2010 г. объем данного рынка может составить до \$ 5 000 тыс.

	Показатель	Разрабатываемая продукция заявителя	«Биолинк» (г. Москва)	«Hamster» (Корея)
География – РФ. Объем рынка \$ 1 млн.				
2005	Доля компании на рынке, \$ тыс./%	10 / 0,5%	20%	3%

География – РФ. Объем рынка \$ 20 млн.				
2010	Доля компании на рынке, \$ тыс./%	1 800 / 36%	15%	1%

### Стратегия развития

#### Направление использования инвестиций:

1. ОКР - 25%;
2. Приобретение основных средств - 50%;
3. Маркетинг - 25%.

В результате привлечения инвестиций производство программного обеспечения для сканирующих устройств будет поставлено на поток, благодаря чему будет увеличена реализация программного обеспечения для сканирующих устройств фирмам-производителям охранных систем и систем контроля доступа на основе биометрических технологий.

### Маркетинг и каналы сбыта

Маркетинговая стратегия вывода продукта на рынок включает в себя:

1. товарную политику, предполагающую постоянную модификацию и совершенствование разрабатываемой системы в соответствии с целевыми запросами возможного потребителя и инновационную стратегию;
2. ценовую политику, имеющую дифференцированные подходы в зависимости от перспективности данного потребителя и его финансовых возможностей, а также насыщенности рынка подобных товаров и услуг в этой области;
3. рекламную политику, имеющую определенную специфику, связанную как со сложностью и оригинальностью ОДК, так и с особенностями потенциальных заказчиков;
4. кадровую политику, включающую привлечение к работам в рамках заявляемого проекта высококвалифицированных специалистов, в том числе широко известных в научных кругах.

Стратегия вывода продукта на рынок будет иметь комплексный характер и включать в себя специальную товарную, ценовую и рекламную политику.

Сбыт продукции будет осуществляться посредством заключения контрактов на поставку программного обеспечения фирмам-производителям охранных систем и систем контроля доступа на основе биометрических технологий.

В настоящее время происходит формирование базы данных фирм-производителей охранных систем и систем контроля доступа на основе биометрических технологий с целью дальнейшей реализации выпускаемой продукции. Также идет распространение печатной рекламной продукции.