

Резюме

1. **Объем запрашиваемых инвестиций: \$ 390 тыс.**
2. **Продукция** – технология создания справочных диалоговых систем с естественно-языковым интерфейсом (виртуальных представителей).
3. **Торговые марки** – нет.

Общая информация о компании

Дата создания – август 2001 г. ООО «СЕМАНТИКА» было создано Ихсановым Н.Х. в 2001 г. для коммерциализации собственных научных разработок в области машинного понимания естественно-языкового текста. В 2002-2004 гг. выполнен и сдан заказчику ряд разработок прикладных диалоговых справочных систем с естественно-языковым интерфейсом на русском и английском языке.

Знаки общественного признания – нет.

Количество работающих на фирме: 2 человека. (2004 г – 7 чел).

Команда

Ихсанов Наиль Хабирович – генеральный директор, к.т.н., 56 лет. Математик. Основатель фирмы СЕМАНТИКА. До создания фирмы занимался научной и преподавательской работой в вузах и НИИ. Есть опыт разработок систем на заказ в институтах Министерства приборостроения и АН СССР. Автор 28 опубликованных научных работ.

Мухамедяров Рустам Робертович – соучредитель фирмы СЕМАНТИКА. 36 лет. Генеральный директор и соучредитель российско-испанского предприятия Аретек ТРС, г. Казань.

Продукция

Массовое распространение персональных компьютеров и Интернет привело к чрезвычайной актуальности проблемы эффективного взаимодействия массового пользователя с компьютером. В связи с этим появилось новое направление в развитии программного обеспечения – диалоговые справочные системы с естественно-языковым интерфейсом, которые получили название виртуальных представителей (ВП). Особенно актуально их применение на предприятиях, использующих Интернет для массового распространения своей продукции, например, Интернет-магазины, сотовые компании и т.п. Не менее эффективно применение ВП для предприятий, применяющих Интернет-сайты для представления своей продукции широкому кругу потребителей, поскольку большой объем информации, содержащейся на Интернет-сайте, требует от пользователя значительных усилий для получения ответов на свои вопросы. ВП выполняет роль консультанта – представителя фирмы, обеспечивая возможность консультирования пользователя в диалоге на естественном языке.

Продукцией фирмы является технологическое и прикладное программное обеспечение для создания ВП и других типов диалоговых справочных систем. Все разработки оригинальные, основанные на современных лингвистических теориях и научных результатах автора.

Принципиальная новизна и актуальность проблемы машинного понимания естественного языка позволяет рассчитывать на большие коммерческие перспективы данной технологии, поскольку диалоговый интерфейс становится стандартным элементом Интернет-сайтов и других прикладных систем.

Основным отличием ООО «СЕМАНТИКА» от возможных конкурентов является наличие строгого математического обоснования используемого метода машинного понимания естественного языка, что позволяет неограниченно развивать и совершенствовать алгоритмы и методы формализации естественного языка, а значит и функциональные возможности и параметры разрабатываемых ВП. Большинство зарубежных аналогов не имеют научного обоснования, в результате потребитель получает некачественный продукт, и нередко случаи, когда компании, создающие ВП, закрывались после нескольких лет финансирования.

В тоже время необходимо отметить, что рынок приложений технологии виртуальных представителей непрерывно развивается – возникают новые приложения для ВП:

- рекламная площадка - один chatbot (SmarterChild) в AIM в течение года общался с 8 миллионами абонентов, некоторые из которых признавались ему в любви;
- консультант по техническим вопросам (фирма Ford использует ВП для консультирования дилеров);
- библиотекарь (NLM – национальная медицинская библиотека США применяет ВП в качестве консультанта для поиска литературы);
- не просто информировать покупателя Интернет-магазина, но переориентировать его на конкретную марку продукции или производителя – «Вовлекающий маркетинг» (Engagement marketing) с помощью ВП;
- в Индии уже высказываются опасения, что ВП будут отнимать работу у индийских бизнес-аутсорсеров (BPO – Business process outsourcing).

Существующие на рынке поставщики ВП не имеют технологии массового тиражирования данного типа программных продуктов, выполняя лишь единичные заказные разработки. Возможно появление конкурирующих разработок, но рынок находится в стадии зарождения, явных лидеров на нем не будет еще не менее 5 лет, как это было при зарождении рынка баз данных или операционных систем.

Массовое внедрение ВП сдерживается отсутствием эффективной технологии, которая позволила бы пользователю создавать прикладные ВП самостоятельно, без участия разработчиков. Решение данной проблемы и является целью данного проекта.

Текущее состояние

В течение трех лет фирма «СЕМАНТИКА» разрабатывала программное обеспечение по заказу фирмы – оператора сотовой связи «ТАИФ-ТЕЛКОМ» (г. Казань). Были разработаны и сданы заказчику ряд диалоговых прикладных систем с естественно-языковым интерфейсом, в т.ч. «Диалоговая система трансляции пользовательских запросов в язык SQL», «Справочник по SMS-сервисам», «Справочник по мелодиям для мобильных телефонов». Общий объем выполненных работ составлял свыше \$ 140 тыс.

В 2005 г. заказчик прекратил финансирование разработок в связи с изменением технической политики, став подразделением ОАО «МТС». В 2005 и в 2006 гг. фирма СЕМАНТИКА не получала заказов, выполняя лишь собственные разработки, направленные на развитие и совершенствование технологии машинного понимания естественного языка.

Стратегия развития

Направление использования инвестиций:

1. НИОКР	70%;
2. Приобретение основных средств (лицензионное программное обеспечение)	10%;
3. Маркетинг	5%;
4. Оборотные средства	10%;
5. Другое	5%.

Результат инвестиций

Цель проекта – создание новой технологии (инструментального программного обеспечения) – универсального ВП, что позволит обеспечить массовое тиражирование данного программного продукта и занять ведущие позиции на мировом рынке ВП.

Маркетинг и рынки

Рынок виртуальных представителей (ВП) и технологий для их создания находится в стадии формирования. Причиной является принципиальная новизна и сложность технологии создания ВП. Еще в 2002 г. аналитики IDC group оценивали потенциал мирового рынка ВП в \$ 2 млрд. в год, но в действительности, он может быть еще больше, поскольку эта технология не только изменит методы взаимодействия человека с компьютером, но и создаст новые виды применения компьютерной техники – интеллектуальные приложения.

Существующие фирмы выпускают лишь единичные приложения для узкоспециальных задач. Фирма, которая первой выпустит универсального ВП, завоюет лидирующие позиции на рынке, открыв его для массового потребления.

Наиболее важно сейчас закрепиться на этом рынке в числе первых и занять на нем лидирующее положение. Выпуск универсального ВП для англоязычного рынка на основе запрашиваемых инвестиций, позволит занять не менее 30% мирового рынка виртуальных представителей что, по самым скромным подсчетам, составит не менее \$ 600 млн. в год в 2011 г.

Для обеспечения необходимого объема продаж планируется использовать продажи через Интернет, как основной канал продвижения продукции, как для корпоративных, так и для частных пользователей. Для проведения продаж и маркетинга ВП планируется создание сайта, регистрация торговой марки и использование мировых торговых Интернет-площадок для распространения программных продуктов.

Взаимодействие с инвестором

Предполагаемая доля инвестора – 33%, оставшаяся часть инвестиций может вкладываться в виде долгосрочного кредита. Выход инвестора – выкуп доли инвестора менеджерами компании, либо продажа фирмы стратегическому инвестору.

Срок окупаемости инвестиций – 3 года, наиболее эффективный срок для выхода – 4-5 лет. По ориентировочным оценкам, при успешной реализации проекта, стоимость доли инвестора составит до \$ 200 млн.