[**https://pt.2035.university/project/cifrovye-kartograficeskie-sistemy-v-geodezii-i-zemleustrojstve-v-ramkah-programmnogo-obespecenia/invite/c69e9cbc-21bb-48df-aeb2-7cb63198f787**](https://pt.2035.university/project/cifrovye-kartograficeskie-sistemy-v-geodezii-i-zemleustrojstve-v-ramkah-programmnogo-obespecenia/invite/c69e9cbc-21bb-48df-aeb2-7cb63198f787)

**Ссылка на проект, зарегистрированный на платформе Projects:** [**Projects**](https://pt.2035.university/project/cifrovye-kartograficeskie-sistemy-v-geodezii-i-zemleustrojstve-v-ramkah-programmnogo-obespecenia/invite/c69e9cbc-21bb-48df-aeb2-7cb63198f787)

|  | **Краткая Информация о стартап-проекте** |
| --- | --- |
| **1** | **Название стартап-проекта** | Цифровые картографические системы в геодезии и землеустройстве в рамках программного обеспечения |
| **2** | **Тема стартап-проекта\*** Указывается тема стартап-проекта в рамках темы акселерационной программы, основанной на Технологических направлениях в соответствии с перечнем критических технологий РФ, Рынках НТИ и Сквозных технологиях | Отсутствие на рынке РФ данной программы;Тренды последнего времени показывают направленность на автоматизацию и цифровизацию процессов производства, наш проект поможет в их развитии и экономии бюджета нашей целевой аудитории |
| **3** | **Технологическое направление в соответствии с перечнем критических технологий РФ** | *Технология информационных, управляющих, навигационный систем* |
| **4** | **Рынок НТИ** | *B2B, TechNet* |
| **5** | **Сквозные технологии**  | *Геоиформационные технологии* |
|  | **Информация о лидере и участниках стартап-проекта** |
| **6** | **Лидер стартап-проекта**  | - Leader ID-**4239178**- ФИО-**Савченко Нелли Петровна**- телефон-**89994573974**- почта-np.savchenko1940@omgau.org |
| **7** | **Команда** **стартап-проекта (участники стартап-проекта, которые работают в рамках акселерационной программы)**

| № | Leader ID | ФИО | Роль в проекте | Телефон, почта | Должность (при наличии) | Опыт и квалификация (краткое описание) |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 4536383 | Лукьянченко Владимир Юрьевич | Дизайнер | 87774178762 | Дизайнер | Опыт в дизайне и художественном оформлении Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 2 | 4536372 | Мосиенко Ян Артемович | Маркетолог (СМО) | 89963974029 | Маркетолог (СМО) | Прохождения курсов по маркетингу.Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 3 | 4565648 | Осколков Данил Васильевич | Спикер (разработчик) | 89230480839 | Спикер (разработчик) | Имеет опыт работы с программами ГИС, применяемыми в землеустройстве и геодезии.Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 4 | 4540128 | Подгорный Александр Владимирович | Исполнитель | 89959314885 | Исполнитель | Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 5 | 4536371 | Поляков Дмитрий Сергеевич | Маркетолог (СМО) | 89136073881 | Маркетолог (СМО) | Прохождение курсов по маркетингу.Cтудент 2 круса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 6 | 2277433 | Тарабрина Александра Денисовна | Маркетолог (СМО) | 79836221400 | Маркетолог (СМО) | Прохождение курсов по маркетингу. Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 7 | 4536354 | Роженцев Алексей Александрович | Маркетолог (СМО) | 89081102008 | Маркетолог (СМО) | Прохождение курсов по маркетингу. Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 8 | 4536363 | Сабреков Дмитрий Игоревич | Дизайнер | 87711069515 | Дизайнер | Опыт в дизайне и художественном оформлении. Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 9 | **4239178** | **Савченко Нелли Петровна** | Лидер, аналитик | **89994573974****np.savchenko1940@omgau.org** | Лидер, аналитик | Имеет опыт работы с программами ГИС,применяемыми в землеустройстве и геодезии. Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 10 | 4536335 | Седнева Виктория Олеговна | Дизайнер | 89963946514 | Дизайнер |  Опыт в дизайне и художественном оформлении  Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 11 | 4569647 | Смаилов Алмат Сайлаубекович | Дизайнер | 89048273530 | Дизайнер | Опыт в дизайне и художественном оформлении. Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 12 | 4536351 | Цыганов Григорий Олегович | Лидер, Спикер (разработчик) | 89136518646 | Спикер (разработчик) | Обладает основами программирования, имеет опыт работы с различными программами ГИС,применяемыми в землеустройстве и геодезии.Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 13 | 4538930 | Чуприков Дмитрий Алексеевич | Исполнитель | 89024214397 | Исполнитель | Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |
| 14 | 3927927 | Юрчук Галина Ивановна | Менеджер | 89514278138 | Менеджер | Решает проблемы, которые возникают в ходе проекта. Cтудент 2 курса С-21ПГ группы Землеустроительного факультета Омского ГАУ |

 |
|  | **план реализации стартап-проекта** |
| **8** | **Аннотация проекта**Указывается краткая информация (не более 1000 знаков, без пробелов) о стартап-проекте (краткий реферат проекта, детализация отдельных блоков предусмотрена другими разделами Паспорта): цели и задачи проекта, ожидаемые результаты, области применения результатов, потенциальные потребительские сегменты | Проблема-отсутствие на рынке РФ данной программытренды/данные, подтверждающие актуальность для ВУЗа/региона/предприятияТренды последнего времени показывают направленность на автоматизацию и цифровизацию процессов производства, наш проект поможет в их развитии и экономии бюджета нашей целевой аудитории*Кто является потенциальным потребителем вашего продукта/услуги, какие сегменты можете выделить, опишите целевую аудиторию, приведите конкретные характеристики сегмента клиентов, с которым будете работать;*Предприятия и компании, работающие в области метрики пространства, занимающиеся землеустроительными и геодезическими работами, то есть большое количество пользователей для установки и использования программы в достаточно узкой сфере камеральных работ*Проблема клиента, которую вы решаете; почему существующих вариантов решения недостаточно;*Проблема заключается в том, что в последние годы множество компаний и разработчиков ПО ушли с рынка РФ, появляется затрудненная способность приобретения нужного ПО для использования в профессиональной сфере.Существующие варианты решения экономически не выгодные для предприятия, все программы предоставляют доступ по платной ежегодной подписке, а цены на них выросли в 2-3 раза из-за перепродажи их частными лицами в РФ из-за рубежа*описать, какое научно-технологическое решение лежит в основе продуктового предложения стартап-проекта*Основное решение данной проблемы - это создание ПО с аналогичным функционалом, после чего (или параллельно) - разработка дополнительных уникальных функций. В основе программы должен быть удобный и простой в освоении интерфейс для специалистов, а также частичная или полная автоматизация камеральных расчетов, составления карт и других ЦММ |
|  | **Базовая бизнес-идея** |
| **9** | **Какой продукт (товар/ услуга/ устройство/ ПО/ технология/ процесс и т.д.) будет продаваться\*** *Указывается максимально понятно и емко информация о продукте, лежащем в основе стартап-проекта, благодаря реализации которого планируется получать основной доход*  | ПО для автоматизации камеральных работ в сфере геодезии и землеустройства, включающие элементы ИИ для ускорения работ, связанных с камеральной обработкой, прочими задачами для составления планово-картографической продукции |
| **10** | **Какую и чью (какого типа потребителей) проблему решает\*** *Указывается максимально и емко информация о проблеме потенциального потребителя, которую (полностью или частично) сможет решить ваш продукт*  | Компаний и производств, обеспечение компаний новым ПО для ускорения и упрощения работы с типовыми камеральными задачами |
| **11** | **Потенциальные потребительские сегменты\*** *Указывается краткая информация о потенциальных потребителях с указанием их характеристик (детализация предусмотрена в части 3 данной таблицы): для юридических лиц – категория бизнеса, отрасль, и т.д.; для физических лиц – демографические данные, вкусы, уровень образования, уровень потребления и т.д.; географическое расположение потребителей, сектор рынка (B2B, B2C и др.)* | Специалисты по геодезии и землеустройству: картографы, землеустроители, инженеры-геодезисты, работники земельных служб и агентств  Научные работники, обучающиеся ВУЗов, колледжей по специальности - геодезия, геоинформатика Компании и предприятия, занимающиеся геодезическими и земельно-кадастровыми работами, межеванием сельскохозяйственных земель, а также разработкой и внедрением ГИС-решений |
| **12** | **На основе какого научно-технического решения и/или результата будет создан технология / услуга / продукт (далее – продукция) (с указанием использования собственных или существующих разработок)** *Указывается необходимый перечень научно-технических решений с их кратким описанием для создания и выпуска на рынок продукта* | Создание искусственного интеллекта, заменяющего типовые расчеты в таблицах, а также построение карт, планов и прочих продуктов исходя из обработанных данных |
| **13** | **Бизнес-модель\*** *Указывается краткое описание способа, который планируется использовать для создания ценности и получения прибыли, в том числе, как планируется выстраивать отношения с потребителями и поставщиками, способы привлечения финансовых и иных ресурсов, какие каналы продвижения и сбыта продукта планируется использовать и развивать, и т.д.*  | Пробный период для привлечения аудитории к продукту и дальнейшее распространение программы по подписке на разный временной период с процентным снижением цены в зависимости от увеличения времени действия лицензии |
| **14** | **Основные конкуренты\*** *Кратко указываются основные конкуренты (не менее 5)* | Частичный конкурент MapInfo и подобные программы, а также после ухода вышеперечисленных компаний с Российского рынка, появился полностью свободный и востребованный рынок для отечественных разработчиков |
| **15** | **Ценностное предложение\*** *Формулируется объяснение, почему клиенты должны вести дела с вами, а не с вашими конкурентами, и с самого начала делает очевидными преимущества ваших продуктов или услуг* | С разработкой ПО будут получены инновационные и удобные инструменты, удовлетворяющие основным потребностям в сборе, анализе и обработке геодезических данных.  |
| **16** | **Обоснование реализуемости (устойчивости) бизнеса (конкурентные преимущества (включая наличие уникальных РИД, действующих индустриальных партнеров, доступ к ограниченным ресурсам и т.д.); дефицит, дешевизна, уникальность и т.п.)\*** *Приведите аргументы в пользу реализуемости бизнес-идеи, в чем ее полезность и востребованность продукта по сравнению с другими продуктами на рынке, чем обосновывается потенциальная прибыльность бизнеса, насколько будет бизнес устойчивым* | Более лояльное ценообразование при условии схожего или аналогичного качества, направления на удобство интерфейса и внедрением новых технологий для развития и автоматизации приложения |
|  | **Характеристика будущего продукта** |
| **17** | **Основные технические параметры, включая обоснование соответствия идеи/задела тематическому направлению (лоту)\*** *Необходимо привести основные технические параметры продукта, которые обеспечивают их конкурентоспособность и соответствуют выбранному тематическому направлению* | 1. **Простота использования**2. **Точность и надежность**3. **Интеграция и совместимость**4. **Поддержка и обновление**5. **Эффективность и экономия времени** |
| **18** | **Организационные, производственные и финансовые параметры бизнеса\*** *Приводится видение основателя (-лей) стартапа в части выстраивания внутренних процессов организации бизнеса, включая партнерские возможности* | ### 1. \*\*Проектирование и Планирование:\*\* ### 2. \*\*Разработка и Тестирование:\*\*### 3. \*\*Коммуникация и Коллаборация:\*\*### 4. \*\*Управление Изменениями:\*\*###5. \*\*Безопасность и Конфиденциальность:\*\*### 6. \*\*Обучение и Развитие:\*\*.### 7. \*\*Поддержка и Обслуживание:\*\*### 8. \*\*Управление Проектом:\*\* ### 9. \*\*Качество и Оценка Рисков:\*\* ### 10. \*\*Документация:\*\*  |
| **19** | **Основные конкурентные преимущества\*** *Необходимо привести описание наиболее значимых качественных и количественных характеристик продукта, которые обеспечивают конкурентные преимущества в сравнении с существующими аналогами (сравнение по стоимостным, техническим параметрам и проч.)*  | Уникальность продукта, автоматизация процессов камеральных работ, простой и удобный интерфейс, включает в себя инструменты и решения, схожие с конкурентами |
| **20** | **Научно-техническое решение и/или результаты, необходимые для создания продукции\*** *Описываются технические параметры научно-технических решений/ результатов, указанных пункте 12, подтверждающие/ обосновывающие достижение характеристик продукта, обеспечивающих их конкурентоспособность* | Операционная система: 64-битная Windows 11 или Windows 10Процессор: 2,5-2,9 ГГц / рекомендуется 3+ ГГцОперативная память: минимум 8 ГБ, рекомендуется 16 ГБGPU: не менее 1 ГБ видеопамяти с поддержкой DirectX 11; рекомендуется 4 ГБ видеопамяти с поддержкой DirectX 12Хранилище: 10 ГБ. Вам потребуется от 1 ГБ до 20 ГБ для дополнительных специализированных наборов инструментов, таких как Map 3D, Electrical, Architecture, Plant 3D, Mechanical, Raster Design и так далее и тому подобное |
| **21** | **«Задел». Уровень готовности продукта TRL** *Необходимо указать максимально емко и кратко, насколько проработан стартап-проект по итогам прохождения акселерационной программы (организационные, кадровые, материальные и др.), позволяющие максимально эффективно развивать стартап дальше* | На стадии проектирования |
| **22** | **Соответствие проекта научным и(или) научно-техническим приоритетам образовательной организации/региона заявителя/предприятия**\* | соответствует |
| **23** | **Каналы продвижения будущего продукта\*** *Необходимо указать, какую маркетинговую стратегию планируется применять, привести кратко аргументы в пользу выбора тех или иных каналов продвижения*  | Реклама продукта на интернет ресурсах, ведение обучающих видеороликов для быстрого ознакомления с программой и отправка предложения компаниям перейти на наш продукт.с четким и кратким разъяснением наших преимуществ |
| **24** | **Каналы сбыта будущего продукта\*** *Указать какие каналы сбыта планируется использовать для реализации продукта и дать краткое обоснование выбора* | Размещение продукта на веб сайте компании и продажи в виде подписки на промежуток времени, закрепленный за учетной записью компании. |
|  | **Характеристика проблемы, на решение которой направлен стартап-проект** |
| **25** | **Описание проблемы\*** **Необходимо детально описать проблему, указанную в пункте 9**  | Проблема уязвимости и безопасность, потеря функциональности и отсутствие технической поддержки Без обновлений и патчей безопасности программа становится более уязвимой к атакам и вирусам. Без поддержки новых функций и улучшений, пользователи могут лишиться преимуществ, которые предоставляют более современные версии программы |
| **26** | **Какая часть проблемы решается (может быть решена)\*** *Необходимо детально раскрыть вопрос, поставленный в пункте 10, описав, какая часть проблемы или вся проблема решается с помощью стартап-проекта*  | Благодаря нашему проекту рынок полность заполниться уникальным,удобным,комплексным и лицензированным ПО для выполнения самых специфических работ геодезического и кадастрового спектра работ  |
| **27** | **«Держатель» проблемы, его мотивации и возможности решения проблемы с использованием продукции\*** *Необходимо детально описать взаимосвязь между выявленной проблемой и потенциальным потребителем (см. пункты 9, 10 и 24)* | Взаимосвязь между отечественным программным обеспечением (ПО) и потребителем, оставшимся без альтернатив, может быть важным фактором для обеих сторон. ### Для потребителя:1. \*\*Ограниченный выбор:\*\* - Потребитель оказывается в ситуации, когда отечественное ПО является единственным вариантом. Это может быть вызвано отсутствием конкурентов, законодательными ограничениями или другими причинами.2. \*\*Зависимость от качества:\*\* - Поскольку альтернатив нет, потребитель становится зависимым от качества и эффективности предоставляемого отечественным ПО.3. \*\*Взаимодействие с разработчиком:\*\* - Потребитель может активно взаимодействовать с разработчиками отечественного ПО, предоставляя обратную связь, предложения по улучшению и влияя на развитие продукта.4. \*\*Оплата и поддержка:\*\* - Потребитель обязан оплачивать использование отечественного ПО, и взаимодействие с разработчиками включает в себя получение технической поддержки и обновлений.### Для отечественного ПО:1. \*\*Ответственность и обязательства:\*\* - Разработчики отечественного ПО несут ответственность за обеспечение высокого качества продукта, поскольку потребитель не имеет других вариантов.2. \*\*Внимание к потребностям:\*\* - Отсутствие конкурентов может стимулировать разработчиков более внимательно относиться к потребностям и ожиданиям пользователей.3. \*\*Инновации и развитие:\*\* - Разработчики могут быть озадачены инновационным развитием, чтобы предоставить новые функции и улучшения, которые делают их продукт более привлекательным.4. \*\*Сотрудничество с сообществом:\*\* - Разработчики могут активно сотрудничать с сообществом пользователей, учитывая их мнения и предложения для улучшения ПО.5. \*\*Регулирование и соответствие:\*\* - Поскольку отечественное ПО может стать единственным выбором, разработчики могут подвергаться более строгому регулированию и должны соблюдать стандарты качества и безопасности.В целом, взаимосвязь между отечественным ПО и потребителем, оставшимся без альтернатив, может создавать уникальные условия для развития отношений, основанных на взаимном влиянии и ответственности. Однако важно следить за тем, чтобы такая ситуация не привела к недостатку выбора и отсутствию стимулов для постоянного улучшения продукта. |
| **28** | **Каким способом будет решена проблема\*** *Необходимо описать детально, как именно ваши товары и услуги помогут потребителям справляться с проблемой*  | 1. \*\*Локализация и Адаптация:\*\* - Отечественные разработчики могут создавать программное обеспечение, которое полностью соответствует потребностям и стандартам вашего региона. Это включает в себя адаптацию к местным законодательным требованиям, языку и специфике отрасли.2. \*\*Ориентация на Специфичные Задачи:\*\* - Отечественные разработчики могут более глубоко понимать специфику геодезических и кадастровых задач в вашей стране. Это позволяет создавать ПО, точно соответствующее требованиям местных профессионалов и организаций.3. \*\*Соблюдение Национальных Стандартов и Регуляций:\*\* - Ответственные за разработку отечественные компании должны соблюдать национальные стандарты и регуляции, что обеспечивает соответствие программного обеспечения местным нормам и требованиям.4. \*\*Учет Специфики Местного Рынка:\*\* - Отечественные разработчики могут более эффективно реагировать на изменения в местных рыночных условиях и предоставлять обновления, отвечающие требованиям пользователей в более короткие сроки.5. \*\*Снижение Зависимости от Иностранных Компаний:\*\* - Используя отечественное ПО, организации могут снизить зависимость от иностранных поставщиков, что может быть важно с точки зрения национальной безопасности и суверенитета.6. \*\*Экономическая Эффективность:\*\* - В некоторых случаях, отечественное ПО может быть более экономически эффективным, поскольку оно может быть адаптировано к местным рыночным условиям, что уменьшает расходы на внедрение и поддержку.7. \*\*Участие в Развитии Отрасли:\*\* - Поддерживая отечественное ПО, вы также вкладываете в развитие местной отрасли информационных технологий, что может содействовать инновациям и созданию рабочих мест. |
| **29** | **Оценка потенциала «рынка» и рентабельности бизнеса\*** *Необходимо привести краткое обоснование сегмента и доли рынка, потенциальные возможности для масштабирования бизнеса, а также детально раскрыть информацию, указанную в пункте 7.* |  **- \*\*Оценка продукта:\*\* Проведем анализ функциональности и качества нашего программного продукта, выявите его сильные и слабые стороны.** **- \*\*Исследование рынка:\*\* Проанализируем текущее положение на рынке геодезического и кадастрового ПО, выявим потенциальные возможности и конкурентные преимущества.** |

**ПЛАН ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТА**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |

**### 1. \*\*Анализ текущего положения:\*\***

 **- \*\*Оценка продукта:\*\* Проведем анализ функциональности и качества нашего программного продукта, выявите его сильные и слабые стороны.**

 **- \*\*Исследование рынка:\*\* Проанализируем текущее положение на рынке геодезического и кадастрового ПО, выявите потенциальные возможности и конкурентные преимущества.**

**### 2. \*\*Расширение Функциональности:\*\***

 **- \*\*Обратная связь от пользователей:\*\* Собираем обратную связь от текущих пользователей для выявления потребностей и пожеланий.**

 **- \*\*Расширение функциональности:\*\* Определим новые функции и возможности, которые могут улучшить наш продукт и сделать его более конкурентоспособным.**

**### 3. \*\*Масштабирование бизнеса:\*\***

 **- \*\*Исследование новых рынков:\*\* Рассмотрим возможности расширения на новые географические рынки или смежные отрасли.**

 **- \*\*Партнерства и сотрудничество:\*\* Ищим партнеров, с которыми можно сотрудничать для расширения бизнеса.**

**### 4. \*\*Технологическое Развитие:\*\***

 **- \*\*Исследование новых технологий:\*\* Следим за последними тенденциями в технологиях геодезии и кадастра.**

 **- \*\*Интеграция новых технологий:\*\* Рассмотрим возможность интеграции современных технологий, таких как искусственный интеллект, машинное обучение и блокчейн.**

**### 5. \*\*Маркетинг и Продвижение:\*\***

 **- \*\*Стратегия маркетинга:\*\* Разработайте стратегию маркетинга для увеличения видимости вашего продукта.**

 **- \*\*Контент-маркетинг:\*\* Создание информационного контента, который демонстрирует экспертизу нашей компании в области геодезии и кадастра.**

**### 6. \*\*Обучение и Поддержка:\*\***

 **- \*\*Развитие обучающих материалов:\*\* Создание обучающие материалы для новых пользователей и обновленные ресурсы для текущих клиентов.**

 **- \*\*Сервисная поддержка:\*\* Развитие систем технической поддержки для обеспечения клиентов.**

**### 7. \*\*Финансовое Управление:\*\***

 **- \*\*Бюджетирование:\*\* Обновим бизнес-план с учетом новых стратегий развития.**

 **- \*\*Поиск финансирования:\*\* Рассмотрим опции дополнительного финансирования для реализации новых идей.**

**### 8. \*\*Укрепление бренда:\*\***

 **- \*\*Брендинг и PR:\*\* Работа над укреплением бренда через PR-кампании, участие в отраслевых мероприятиях и создание позитивного имиджа.**

**### 9. \*\*Сбор аналитики:\*\***

 **- \*\*Метрики производительности:\*\* Установим ключевые метрики производительности и регулярно оцениваем их для отслеживания успеха плана развития.**

**### 10. \*\*Стратегия ухода:\*\***

 **- \*\*Планирование стратегии ухода:\*\* Разработка стратегию ухода из бизнеса или ее части, если таковая необходима.**

**Этот план развития может помочь нашему стартапу оставаться конкурентоспособным, инновационным и успешным в сфере геодезии и кадастра.**