|  |
| --- |
| **Бизнес – план проекта BOOKINGEM** |
|  |
|  |
| **Виртуальное туристическое агентство с децентрализованным блокчейн модулем для бронирования номеров отелей** |
| **2020** |
|  |



Table of Contents

[1. Executive Summary 3](#_Toc41253531)

[2. Основные вызовы индустрии гостеприимства. Problem to Solve & Solution. 4](#_Toc41253532)

[3. О нас 7](#_Toc41253533)

[3.1. Company Mission 7](#_Toc41253534)

[3.2. Company Philosophy 7](#_Toc41253535)

[3.3. Company Vision 7](#_Toc41253536)

[3.4. Goals & Milestones 7](#_Toc41253537)

[3.5. Target Market 8](#_Toc41253538)

[3.6. Почему блокчейн? 8](#_Toc41253539)

[3.7. Legal Structure/ Ownership 11](#_Toc41253540)

[4. Решения BOOKINGEUM 11](#_Toc41253541)

[4.1. Краткая информация о проекте 11](#_Toc41253542)

[4.2. Бизнес модель 14](#_Toc41253543)

[4.3. Конкурентные и потребительские преимущества BOOKINGEM 17](#_Toc41253544)

[4.4. Сравнительные характеристики: 18](#_Toc41253545)

[4.5. Авторское право 18](#_Toc41253546)

[5. Анализ рынка (MarketAnalysis) и его потенциал 19](#_Toc41253547)

[5.1. Перспективы развития блокчейн 19](#_Toc41253548)

[5.2. Анализ рынка туристического бизнеса 21](#_Toc41253549)

[5.3. Анализ рынка бронирования. Ключевые конкуренты 25](#_Toc41253550)

[5.4. Таблица SWOT-анализа 28](#_Toc41253555)

[5.5. Субъекты отельного (туристического) бизнеса 28](#_Toc41253557)

[6. Marketing Plan 31](#_Toc41253558)

[6.1. Позиционирование / Ниша 31](#_Toc41253559)

[6.2. Маркетинг платформы 33](#_Toc41253562)

[6.3. О рекламном бюджете 34](#_Toc41253563)

[6.4. Дорожная карта 34](#_Toc41253564)

[7. НАША КОМАНДА 35](#_Toc41253565)

[8. Финансовый план 36](#_Toc41253566)

[Основные данные и предположения, используемые в расчетах 36](#_Toc41253567)

# Executive Summary

**Виртуальное туристическое агентство (Virtual travel agency) BOOKINGEUM** является многофункциональной платформой по самостоятельному созданию индивидуальных туристических туров с децентрализованным блокчейн модулем (фреймворком) для бронирования номеров отелей и покупки других туристических услуг.

**Платформа BOOKINGEM** представляет собой модульный маркетплейс состоящий из нескольких блоков:

- конструктор туров – виртуальный трэвел сервис с искусственным интеллектом;

Блокчейн модуль со следующими функциями:

- сервис по бронированию отелей;

- сервис по продаже билетов на транспорт;

- сервис по продаже экскурсий;

- децентрализованная рейтинговая система и реферальная программа;

- управление идентификационной информацией (отели, авиакомпании, пассажирские транспортные компании, туристические компании, различные музеи и достопримечательности);

- интегрированная платежная система с мультивалютным кошельком.

**Наша основная цель** в течение 5-6 лет занять свыше 5% рынка онлайн бронирования номеров отелей. Промежуточная цель: число отелей присоединённых к платформе в 2023 году - 3000, что составит 0,3% общего числа объектов размещения.

*Table 1* ***Только цифры***

|  |  |
| --- | --- |
| **Показатели** | **значение** |
| *Общий рынок бронирования отелей, млрд $* | *1402* |
| *Общий рынок онлайн бронирования отелей, млрд $* | *618*  *(44% от рынка)* |
| *Средний размер комиссионных онлайн сервисов бронирования* | *15%* |
| *Общие доходы онлайн сервисов бронирования, млрд $* | *92,7* |
| *Средний размер комиссионных BOOKINGEM*  *(в 7,5 раз меньше чем у традиционных онлайн сервисов)* | *2%* |
| *Прогноз доходов BOOKINGEM при достижении доли рынка онлайн бронирования 5%, млн. $* | *620* |

**Наш целевой рынок (на начальном этапе)** – небольшие и средние отели во всех странах мира. А наш идеальный клиент - сетевые отели, которые смогут на базе нашей платформы создать свой корпоративный блокчейн и токенизировать свой бизнес.

**Конкуренция.** В мировой туристической отрасли доминируют несколько глобальных посредников, которые поделили между собой рынок дистрибуции туристических услуг. Они могут ощутимо влиять на конечные цены для туристов, повышая комиссии с поставщиков и взимая абонентскую плату за предоставление доступа к своим IT-системам:

1. GDS (Global Distribution Systems): Amadeus, Sabre, Travelport - глобальные системы дистрибуции. Это B2B интернет-площадки, которые соединяют поставщиков туристических услуг (отели, билеты на транспорт, аренду авто, круизы и т.д.) с их продавцами (агентами).
2. OTA (Online travel Agencies): Priceline, Expedia – глобальные онлайн-турагентства. ОТА - это маркетплейсы в первую очередь для отелей. Они соединяют отель с уже конечным потребителем - туристом (в то время как GDS - с агентами), выполняя функции продавца и взимая комиссию за бронь.

Главный недостаток онлайн сервисов по бронированию отелей - высокий процент комиссионных, которые составляют от 15% до 34% от стоимости номера.

**BOOKINGEM устраняет в цепочке сервиса всех ненужных посредников, практически обнуляет все комиссии. В сервисе остается только небольшая плата за вход и транзакции.**

**Business financial prospects**

Для разработки проекта нам необходимо $600K, в т.ч.:

- $180K – для разработки блокчейн платформы

- $200K – для разработки маркетплейса с сервисом бронирования отелей

- $150K – рекламные и маркетинговые мероприятия

- $70K – затраты на персонал

В настоящее время у нас заканчивается внутреннее финансирование, и мы считаем, что лучший способ привлечь финансирование для завершения разработки это продажа 37% stocks компании (в виде привилегированных акций). При инвестировании $600K мы разработаем платформу **BOOKINGEM** со всем функционалом в течение 7 месяцев. В течение следующих трёх лет мы планируем подключить к платформе 3000 отелей. Мы прогнозируем достичь следующих финансовых показателей:

Table 2 **Financial forecast**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | |  |  | |
| **Indicators** | **Years** | | | | |
| 2 021 | 2 022 | | | 2 023 |
| Revenues from sales | 789 | 3 947 | | | 23 680 |
| Fixed overhead costs | (326) | (1 304) | | | (2 375) |
| Expenses for management personnel | (544) | (1 340) | | | (2 323) |
| Commercial expenses | (250) | (600) | | | (600) |
| Profit before depreciation, interest and taxes (EBITDA | (331) | 702 | | | 18 383 |
| Profit / Cost of Capital | **(2 338)** | **3 311** | | | **96 253** |

# Основные вызовы индустрии гостеприимства. Problem to Solve & Solution.

1. **Высокий процент комиссионных**.

При использовании онлайн сервисов по бронированию отелей их всех объединяет главный недостаток - высокий процент комиссионных, которые составляют от 15% до 34% от стоимости номера. Это существенная наценка, а бремя этих дополнительных расходов ложится на потребителей. Онлайн-сервисы пользуются своим монопольным положением и включают в соглашения с отелями пункт о паритете тарифов. Эти юридически обязывает отели публично продавать номера по таким же ценам как сервисы по бронированию и отели вынуждены также предлагать клиентам «завышенные» цены, которые могут не учитывать рыночную ситуацию. За нарушение - штрафы и отключение. А ОТА основной канал сбыта для многих отелей.

***Поскольку блокчейн позволяет проводить транзакции без посредника, например, онлайн сервиса, участники операции, пользователи или компании, не несут расходов, связанных с работой посредника, и их издержки снижаются.***

***BOOKINGEM устраняет в цепочке сервиса всех ненужных посредников, практически обнуляет все комиссии. В сервисе остается только небольшая плата за вход и транзакции.***

1. **Отсутствие прозрачности большинства онлайн сервисов в индустрии гостеприимства.**

Условия игры для онлайн сервисов далеки от идеала: приз достается крупным игрокам, типа Booking.com, имеющим большие средства для агрессивного продвижения. Массовое пользование конкретным сервисом становится результатом рекламы, а не его реальных потребительских свойств и сознательного выбора туриста. Например, отели появляется первыми при поиске бронирования только благодаря дополнительной оплате.

***Полная прозрачность процессов в сети***

***Любое изменение системы видно всем участникам сети, вся информация о проводимых внутри сети транзакциях полностью открыта.*** ***Каждый участник сети имеет доступ ко всей истории транзакций, вплоть до самой первой транзакции. Поэтому для того чтобы проверить, прошла ли та или иная транзакция между двумя адресами, необходимо всего лишь обратиться к их истории, хранящейся в блокчейн.***

1. **Манипулирование ценами и сведениями о загрузке отелей. Введение потребителей в заблуждение.**

Примеры:

- при подборе клиентом номера в отеле, на экране может появиться уведомление, что в данный момент еще несколько человек интересуются этим же номером. Хотя другие клиенты могли выбирать другие даты бронирования;

- сервисы онлайн-бронирования могут вводить потребителей в заблуждение относительно скидок, сравнивая цену на номер «люкс» и обычный номер или не указывать окончательную стоимость номера с учетом всех налогов, сбора за бронирование и в некоторых случаях курортного сбора;

- случаи предложения скидок на основе поддельных обычных цен; предположительно регулярные цены, отображаемые для клиента, являются самыми высокими ценами, которые произошли в течение определенного периода времени;

- сообщения о срочности, такие как «Только 1 комната осталась на нашем сайте», хотя эта информация искажает правду.

***Пользователи платформы BOOKINGEM самостоятельно будут устанавливать цены, условия, скидки и т.п. Вся информация о наличии номеров и их ценах будет в сети и манипулирование невозможно. Платформа также обеспечит автоматическое обновление доступности номеров на веб-сайте отеля.***

1. **Персонализация услуг**

Клиенты все больше и больше интересуются продуктами, которые соответствуют их персонализированному опыту, которые, кажутся им, что сделаны специально для них. Но нет эффективных инструментов с помощью которых это можно сделать.

Современные системы программного обеспечения отелей (PMS) направлены только на управление номерным фондом отелей и на координацию и интеграцию со сторонними сервисами по бронированию. PMS и онлайн сервисы по бронированию абсолютно не направлены на персонализацию услуг.

Сервис **BOOKINGEM** объединит на одной платформе отели, туристов, туристические компании, пассажирские транспортные компании, экскурсионные объекты и др. и будет с ними интегрирован и успех пользователей будет являться и успехом платформы. **Изменяется парадигма: от посредничества к взаимодействию с экосистемой индустрии гостеприимства. Поэтому платформа будет**  иметь Конструктор туров - сервис помощи туристам с искусственным интеллектом для персонализации услуг туристам. Наша цель каждому туристу предоставить личный положительный опыт путешествия.

1. **Отсутствие объективной репутационной системы**

Репутация отеля зависит от многих факторов, поэтому важно, чтобы отельный персонал делал все возможное, чтобы получить хорошие отзывы от гостей. Гости отеля становятся все более требовательными, а также с большей вероятностью дают отрицательные отзывы на сайтах онлайн-рейтинга, когда что-то идет не так во время их пребывания. Но рейтинговые системы не достаточно объективны. Есть много способов как сфальцифицировать рейтинговые оценки, поэтому доверие к современным рейтинговым оценкам находится на низком уровне. Страдают от этого как добросовестные отели, так и сами туристы.

Проблема справедливой и объективной оценки (рейтинга) услуг отелей очень серьёзная. Кроме того, она еще усугубляется негативной PR активностью: публикациями непроверенных «экспертов» в СМИ, выдуманные фейковыми новостями и т. п.

***Сервис BOOKINGEM будет максимально прозрачным и честным для пользователей системы (невозможно подделать свой рейтинг). Система рейтинга будет стимулировать всех членов заботиться о своей***

***e-reputation и вести себя соответственно Мы предлагаем решение данной проблемы, основанное на блокчейн технологии. Все что необходимо делать — это записывать в распределенный реестр все значимые для репутации действия субъектов (отелей, туркомпаний, туристов), которые, в перспективе, хотели бы монетизировать или подтвердить накопленную репутацию.***

# О нас

## 3.1. Company Mission

Мы, команда разработчиков проекта BOOKINGEM, считаем, что основной ценностью блокчейн технологии является сама технология, которая уже создана. **Наша миссия** - это разработка действительно автоматизированного и децентрализованного процесса создания индивидуальных туров и онлайн - бронирования номеров отелей, билетов на транспорт и сопутствующих услуг с использованием блокчейн технологии. Это «Amazon » для индустрии гостеприимства

## Company Philosophy

Мы стремимся создать экономические возможности для тех, кому они были отказаны, и продвигать новую модель экономической справедливости.

Каждая услуга, которую мы будем оказывать будет ценна для туристов и принесёт дополнительный доход для бизнеса!

Мы уверены, что, подключившись к нашим услугам компании-пользователи получат инструменты, знания, программы, внедрение и исполнение которых позволят им снизить расходы на посредников.

Мы не обещаем чудес - мы предлагаем компаниям в индустрии гостеприимства стать нашими партнёрами, эффективно работать и расти вместе!

## Company Vision

Стать инновационным и корпоративным брендом, ставящим на первое место удовлетворенность пользователей для сотен авиакомпаний, тысяч отелей, миллионов туристов, достичь для проекта BOOKINGEM мировой узнаваемости.

## Goals & Milestones

**Стратегические цели проекта:**

- Создать децентрализованную сеть на блокчейн для интеграции мировой гостиничной индустрии в глобальную цифровую экономику путем построения комплексной отраслевой цифровой экосистемы, предоставляя туристам положительный опыт путешествий и в то же время обеспечивая прибыльность компаний

- создание прочного, длительного и взаимовыгодного сотрудничества с клиентами и компаниями в индустрии гостеприимства

- добраться до каждого человека на планете

**Краткосрочные цели**

Коллаборация с небольшими и средними отелями для тестирования и улучшения проекта

Рост пользовательской базы или привлечение новых пользователей

## Target Market

Отельный бизнес это система деловых отношений между ее основными участниками туристами и отелями.

**1**. **Туристы** - это субъекты массового рынка индустрии гостеприимства и клиенты отелей. В 2018 году число международных туристских прибытий составило 1,270 млрд, по данным Всемирной туристской организации ООН (UNWTO).

**Туристы самостоятельно организующие свои путешествия (44%) - основные потенциальные пользователи (клиенты) BOOKINGEM, которым нужно найти номера в отелях для временного проживания, а некоторым самостоятельно сформировать индивидуальный тур.**

**2. Туристические агентства,** — основные посредники между туристами и туроператорами и отдельными субъектами индустрии гостеприимства. Турагенты могут продавать как турпакеты туроператоров, так и отдельные туристические услуги (перевозку, размещение, трансфер, экскурсии, прокат, круизы), **по желанию клиента «собирая» их индивидуальный пакет.** По состоянию на март 2020 года число туристических агентств в мире составляет 204 995.

**Хотя туристические агентства являются посредниками и со временем исчезнут, они будут потенциальными пользователями проекта BOOKINGEM формируя индивидуальные туры для туристов, которые предпочитают обращаться к специализированным сервисам.**

**3**. **Отели** – объекты размещения туристов (различные пансионы, отели, базы отдыха, кемпинги). Согласно исследованию компании Bold Data, в мире работают и принимают туристов 402 933 сертифицированных отелей (в Европе – почти 50%.), а всего в мире 1 073 500 объектов размещения.

**Все отели - основные потенциальные пользователи (клиенты) BOOKINGEM, которые предлагают туристам номера для временного проживания.**

## Почему блокчейн?

### Свойства блокчейн:

1. **Неизменность и прозрачность**

Блокчейн гарантирует, что вся информация, которая попадает в блокчейн, не может быть изменена или исправлена участниками.

После добавления новых блоков в блокчейн ни один пользователь сети не в состоянии редактировать, удалить или обновить информацию, содержащуюся в блоке.

**Таким образом, вся информация обо всех транзакциях в сети неизменна, прозрачна и открыта для каждого участника.** **Свойства неизменности до сих пор не было в цифровом мире. Для BOOKINGEM свойство неизменности обеспечит справедливую рейтинговую систему.**

1. **Децентрализованная технология**

Независимо от того, насколько безопасна база данных при традиционных технологиях, у них у всех имеется «супер администратор», который может изменить или даже удалить запись. С блокчейном это не так. Все, что когда-то хранилось там, хранится там вечно и всегда.

Работа в сети блокчейн поддерживается за счет распределенных узлов, «соревнующихся» за право подтверждения очередного блока с транзакциями. Это является одной из ключевых особенностей технологии блокчейн — у сети нет руководящего органа, вместо этого управление происходит благодаря работе децентрализованных нод.

**Что дает децентрализация?**

* **Повышенная отказоустойчивость сети**

Работа сети опирается на математические механизмы, исключающие вероятность ошибок вследствие человеческого фактора.

* **Пользователь сам контролирует свои средства и информацию**

Все средства находятся непосредственно в руках самих пользователей и не могут быть изъяты или заблокированы решением третьих лиц.

* **Отсутствие посредников**

Еще одна сильная сторона блокчейна: участники сети приходят к соглашению без посредников, что приводит к максимально эффективным коммуникациям. Каждый участник сети цепочки блоков ведет свой собственный журнал всех транзакций -распределенную книгу (DLT).

**Для BOOKINGEM блокчейн обеспечит снижение роли посредников и главными бенефициарами будут отели, которые снизят затраты на 10-30%.**

* **Вероятность взлома системы близка к нулю**

Блокчейн состоит из независимых узлов (нод). Для того, чтобы взломать систему, злоумышленникам потребуется доступ к каждому узлу, что практически невыполнимо с технической стороны.

* **Полная прозрачность процессов в сети**

Любое изменение системы видно всем участникам сети, вся информация о проводимых внутри сети транзакциях полностью открыта.

1. **Повышенная безопасность**

Работа блокчейн сети основана на криптографических функциях. Это сложные математические алгоритмы, выступающие надежной защитой от любого рода сетевых атак. Все данные в сети шифруются при помощи хеш-функций. Таким образом, каждый следующий блок в сети имеет свой собственный идентификатор. Для того, чтобы изменить какой-либо блок и редактировать содержащуюся в нем информацию, злоумышленнику придется “подобрать ключ” ко всем блокам, предшествующим данному. Осуществить такое на практике практически невозможно.

1. **Консенсус**

Используется определенный механизм консенсуса, позволяющий участникам сети приходить к соглашению. Механизм консенсуса — это набор правил, благодаря которым происходит подтверждение транзакций в сети и связь новых блоков с предыдущими.

Платформа BOOKINGEM использует механизм консенсуса POI (Proof of Importance с частичным использованием Алгоритма генерации блоков LCPoA (Limited Confidence Proof of Activity) - доказательство активности с ограниченным доверием).

Данный подход не требует таких огромных энергозатрат, и дает сети дополнительный уровень надежности, поскольку позволяет привлекать всех участников к работе над безопасностью сети.

1. **Высокая скорость и низкая стоимость проводимых транзакций**

Пользователи блокчейн-платформ получают возможность проводить платежи из любой точки мира за считанные секунды, значительно экономя время и средства на проведении трансграничных платежей. Так как одним неоспоримым преимуществом блокчейн-транзакций является минимальные транзакционные комиссии — не важно, переводите ли вы $1 или $1 млн, комиссия будет почти одинаковой!

Благодаря многоуровневому кешированию, автоматической оптимизации сети и алгоритма подтверждения блоков скорость основной сети достигает 50 000 транзакций и 200 блоков в секунду.

В течение нескольких лет технология блокчейн сумела доказать свою надежность и эффективность и позволила решить проблемы, связанные с передачей и хранением ценности в сети, которые не способна была решить традиционная финансовая система.

### Блокчейн в нашем проекте

Блокчейн станет идеальным решением для индустрии гостеприимства, особенно при продаже-покупке услуг, билетов, бронировании номеров в отелях, где требуется стопроцентная уверенность в безопасности и надежности операций. Технология распределенного реестра, созданная в виде консорциум блокчейн, позволит обеспечить необходимую прозрачность инфраструктуры для всех пользователей, имеющих к ней доступ. И в то же время — защитит систему от проникновения извне. Она позволит создать доверенную среду взаимодействия, в которой доверие основывается на математических и криптографических алгоритмах. Используя блокчейн BOOKINGEM мы создаем технологическую инфраструктуру доверия, которая будет новой парадигмой взаимодействия в индустрии гостеприимства, в рамках которой нет необходимости ежеминутно следить за действиями конкурентов, партнёров и участников. А бизнес-решения, основанные на платформе BOOKINGEM, позволят запустить новые бизнес-модели или существенно пересмотреть эффективность имеющихся.

## Legal Structure/ Ownership

Проект BOOKINGEM разрабатывает EcoStart Corporation, которая основана в ноябре 2019 г (Delaware, USA)

Владельцы:

Olga Bergen -40%

Young Choe -10%

Aleksandr Goldobin – 10%

40% акций зарезервировано для инвесторов

# Решения BOOKINGEM

## 4.1. Краткая информация о проекте

|  |  |
| --- | --- |
| О платформе | **Виртуальное туристическое агентство (Virtual travel agency) BOOKINGEM** является многофункциональной платформой по самостоятельному созданию индивидуальных туристических туров с децентрализованным блокчейн-блоком (фреймворком) для бронирования номеров отелей и покупки других туристических услуг а также с функцией запуска смарт-контрактов, децентрализованных приложений и сайдчейнов для индустрии гостеприимства. |
| Основные функции | BOOKINGEM - это модульный маркетплейс состоящий из нескольких блоков:  - конструктор туров – виртуальный трэвел сервис с искусственным интеллектом;  **Блокчейн модуль со следующими функциями**:  - сервис по бронированию отелей;  - сервис по продаже билетов на транспорт;  - сервис по продаже экскурсий;  - децентрализованная рейтинговая система и реферальная программа;  - управление идентификационной информацией (отели, авиакомпании, пассажирские транспортные компании, туристические компании, различные музеи и достопримечательности);  - интегрированная платежная система с мультивалютным кошельком. |
| Технология | Для достижения [консенсуса](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BD%D1%81%D0%B5%D0%BD%D1%81%D1%83%D1%81)  на платформе BOOKINGEM используется технология блокчейн, с собственной криптовалютой BING (security токены), при генерации которой используется механизм консенсуса POI (Proof of Importance с частичным использованием Алгоритма генерации блоков LCPoA (Limited Confidence Proof of Activity) - доказательство активности с ограниченным доверием) |
| Конструктор туров | Сервис помощи туристам с искусственным интеллектом для персонализации услуг туристам. Цель: каждому туристу предоставить личный положительный опыт путешествия.  **Функции:**  - **Самостоятельно сформировать индивидуальный туристический тур**  Тур – это набор (блок) сервисов, необходимых туристу в путешествии. Как правило, это транспорт (авиаперелет, поезд, автобус), трансфер, проживание, прокат автомобиля, питание, экскурсии, страховка. Кроме этого, могут встречаться какие-то специфические потребности. Каждая услуга имеет свою стоимость, которая зависит от типа услуги, продолжительности действия этой услуги и сервиса, предоставляющего услугу туристу. Конструктор туров позволит пользователям составить не только маршрут, но и бюджет путешествия.  - **Алгоритмы персонализации** для выбора, например, пакетного тура. При выборе тура турист, как правило, руководствуется тремя характеристиками: доступная цена, перечень услуг, удобство. И по статистике, в поисках идеального варианта, турист проводит в интернете до 7 сессий с целью выбора своего путешествия. Сервис с помощью алгоритмов персонализации, проанализирует поведенческие данные пользователя при поиске и предложит нужные варианты или пользователь введёт свои параметры путешествия (пункты путешествия, даты, свои пожелания по размещению и по перечню достопримечательностей и т.п.) и конструктор туров предложит оптимальные варианты.  - **Прогнозирование цен.** Программа будет способна определить статистическую вероятность повышения цен на авиабилеты, основываясь на собранных ею данных, и сообщит пользователю о наилучшем времени покупки билетов через приложение в телефоне.  - **Помощь пользователям.** Искусственный интеллект в виде  тревел-бота может давать подсказки туристам в режиме реального времени, улучшая качество сервиса, особенно при планировании сложного маршрута. Сообщит на что нужно обратить внимание или сделать прививки для посещения той или иной страны и подготовит соответствующую памятку -напоминалку.  - **Планирование экскурсионного маршрута.** Составление маршрута туриста исходя из его пожеланий и предпочтений по посещению достопримечательностей с возможностью покупки билетов при необходимости. Эта функция заменяет индивидуального экскурсовода. Нужно будет ввести место пребывания и количество дней и приложение создаст маршрут посещения лучших достопримечательностей в этой местности, а также расписание возможных экскурсий в определенный день. Мобильное приложение также позволит загружать весь маршрут и работать с ним в автономном режиме, что делает его удобным для использования в другой стране.  Функционал проекта BOOKINGEM будет способствовать развитию экосистемы индустрии гостеприимства, чтобы помочь путешественникам получать уникальный опыт от туров и положительные эмоции, которые будут ассоциироваться и проектом и с отелями, где они будут проживать. |
| Блокчейн модуль | **Функции:**  - сервис по бронированию отелей;  - сервис по продаже билетов на транспорт;  - сервис по продаже экскурсий;  - децентрализованная рейтинговая система и реферальная программа;  - управление идентификационной информацией (отели, авиакомпании, пассажирские транспортные компании, туристические компании, различные музеи и достопримечательности);  - интегрированная платежная система с мультивалютным кошельком. |
| Ядро блокчейн модуля | Базовым блоком блокчейн модуля является security токен BING, который служит основным источником ее ценности.  Это доверенный регистр транзакций и среда выполнения для смарт контрактов, поддерживающих транзакции. Проведение предложения токенов безопасности (STO) с выдачей токенов.  Во-первых, токен BING является токеном безопасности, а не деньгами.  Во-вторых, с финансовой точки зрения это означает обмен на криптовалютных рынках и в платежных системах.  В-третьих, он является ядром платформы BOOKINGEM и обеспечит стабильную работу всей экосистемы с использованием смарт контрактов, гарантия транзакций и ликвидности дает владельцам BING следующие права:  - право на получение партнерских скидок;  - право на получение комиссионных от привлечения третьих лиц для разработки приложений на BOOKINGEM;  - право участвовать в реферальных программах;  - право продавать, обменивать, жертвовать;  - Обеспечить голос во всей экосистеме BOOKINGEM. |
| Ценность | BOOKINGEM устраняет в цепочке сервиса всех ненужных посредников, практически обнуляет все комиссии. |
| Уникальные опции | Сервис BOOKINGEM становится максимально прозрачным и честным для пользователей системы. Система рейтинга будет стимулировать всех членов заботиться о своей e-reputation и вести себя соответственно |

Любая компания индустрии гостеприимства, которая захочет внедрить в свой бизнес технологию блокчейн, получит возможность создать свой приватный блокчейн и свои токены, а группа предприятий (сеть или отрасль) может создать корпоративный или блокчейн-консорциум также со своими токенами. Токены в приватном блокчейн и корпоративном блокчейн будут являться цифровым правом – на владение недвижимостью, товарами на складе, услугами, программным обеспечением, контентом и другими реальными или виртуальными активами.

Например,

Для использования блокчейн, как технологии, в отельном бизнесе сетевые отели могут создать на базе платформы BOOKINGEM:

- блокчейн консорциум;

  - свои правила работы с транзакциями и тарифы;

- ноды с закрытыми и открытыми ключами.

Каждый номер отеля, участника и пользователя платформы BOOKINGEM, оцифровывается по технологии блокчейн и его статус на каждый день (свободный для продажи, на ремонте, забронирован, в резерве, заселён) записан в блоке. Изменение статуса номера производится записью транзакции в блоке, который последовательно включается в единую цепь. Токен в данном случае будет являться своего рода криптоваучером (электронным ключом), записью о праве собственности (праве пользования) на конкретный номер (услугу) и соответствующую дату. Данный криптоваучер генерируется при покупке (бронированию) через сервис и связывается с записью в системе управления номерами отеля. При передаче (продаже) криптоваучера передается запись (право на использование номером (услугой). Децентрализация достигается за счет того, что система состоит из вычислительных узлов (нодов). В роли «нодов» выступают компьютеры (сервера) отелей, которые выступают хранилищем блоков, решают задачи защиты и проверки, а также передачи транзакций. При этом каждый «нод» (узел) получает копию блокчейн. Каждый «нод» рассматривается как самостоятельный администратор, где его сервер становится частью распределённого хранилища. Уникальность такого решения в том, что блокчейн более безопасен для хранения базы данных, чем традиционные облачные сервисы. Данные распределяются по жестким дискам серверов отелей - участников платформы, нет централизованных серверов, тем самым достигается децентрализация системы хранения данных. И эту систему взломать практически невозможно, ведь данные не только распределяются по блокам и хранятся в разных местах, но и шифруются. Устроить Ddos-атаку конкретного сервера бессмысленно, т.к. атаковать попросту нечего – ведь централизованной базы данных нет, а на все сервера физически невозможно. И чем больше будет на платформе зарегистрировано отелей, тем надёжней будет система.

Новые блоки в нашем блокчейн создаются с алгоритмами консенсуса «нодами», которые ранее прошли аутентификацию и имеют пару ключей (открытый и закрытый). Для повышения уровня доверия «отраслевого» блокчейн платформы 1 раз в сутки все транзакции внутри платформы одной партией отправляются на фиксацию, например в публичный блокчейн Ethereum или Bitcoin.

***Примечание:*** *Учитывая, то, что мы не планируем майнить свои security токены, привязка  к публичному децентрализованному блокчейн, позволяет повысить общую надежность взаимодействия сетей и каждого участника. Так называемый «эффект якоря» гарантирует дополнительную безопасность нашей платформы и многократно увеличивает её легитимность и уровень доверия, так как публичные блокчейн платформы имеют высокую степень доверия, несмотря на время от времени возникающие проблемы.*

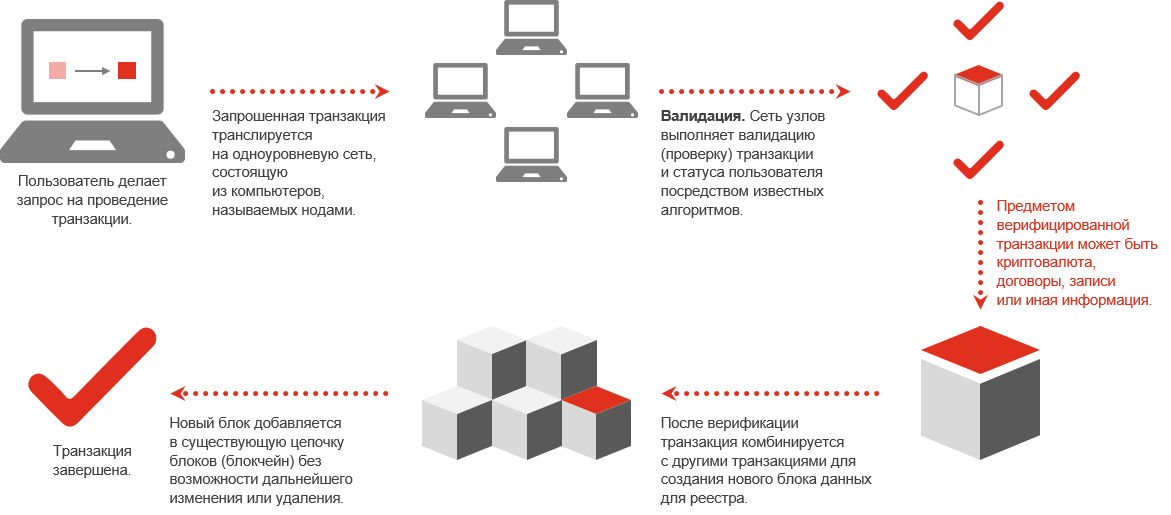
## Бизнес модель

Проектируемая система виртуального туристического агентства BOOKINGEM будет создана с максимумом сервисов для создания индивидуального тура для туристов и турагентств (бронирование отелей, авиа и железнодорожных билетов, страховок, VIP сервисов, экскурсий, трансферов и т.д.) с гарантией лучшей цены.

BOOKINGEM представляет собой одновременно B2P, В2В и Р2Р рынок, созданный вокруг основной ценности – системы бронирования и продажи отельных, транспортных и туристических услуг пользователям: туристам и турфирмам.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **P2P (peer-to-peer / между физическими лицами)** | **B2C (business-to-business-to-customer)** | **B2B (business-to-business)** |
| Децентрализованная площадка по продаже отельных, транспортных и туристических услуг и переуступке бронирования номеров в отелях | Сервис по бронированию и продаже отельных, транспортных и туристических услуг для туристов и турфирм | Продажа отельных, транспортных и туристических услуг турфирмам  Реклама на платформе |

В P2P-системе BOOKINGEM применяется пиринговая модель, в которой стороны могут выполнять прямые транзакции, напрямую взаимодействуя друг с другом. Монетизация – это комиссионные в размере 1 % за транзакцию с каждой стороны.



В системе B2B2С BOOKINGEM будет использована сетевая оплата в фиксированном размере с пользователя за различные действия в сети.

В системе B2B BOOKINGEM также применяется пиринговая модель, в которой стороны могут выполнять прямые транзакции, напрямую взаимодействуя друг с другом. Монетизация – это комиссионные в размере 0,5 % за транзакцию с каждой стороны.

В системе B2B BOOKINGEM готов предоставить платформу для размещения целевой рекламы по конкурентоспособным ценам.

Бронирование отельных, транспортных и туристических услуг - это фрагментированный рынок, на котором многие посредники и инфраструктура решают проблему соединения туристов и компаний в индустрии гостеприимства. GDS и OTA остаются действующими игроками в сфере бронирования отелей.

Сервис BOOKINGEM обеспечит эффективность и значительную экономию средств для отелей, устранив в цепочке сервиса всех ненужных посредников, и практически обнулит все комиссии. Также BOOKINGEM повысит честность среди всех пользователей платформы, при этом система рейтинга будет стимулировать всех участников заботиться о своей e-reputation и вести себя соответственно.

Именно платформа позволяет управлять ресурсами. **BOOKINGEM**- тот движок и база данных, которые лежат в основе между ними, и все обслуживают.

Платформа реализует базу данных, алгоритмы бронирования, математику и API для подключения сторонних сервисов, а уже с этими сторонними сервисами и работают конечные пользователи - поставщики, туристы, агентства.

Сторонние сервисы:

* Для туристов - это сайты бронирования, онлайн турагентства, стартапы - они подключаются по API к **BOOKINGEM** и продают билеты и бронируют номера.
* Для оффлайн турагентств и авиакасс это корпоративный софт и b2b системы бронирования. Такой оффлайн посредник для розницы будет исчезать с рынка с развитием технологий.
* Для поставщиков ресурсов - PMS системы (софт для управления бронью и номерами), собственные системы бронирования, стартапы - они подключатся к **BOOKINGEM** и предложат поставщикам удобный и дружественный интерфейс по размещению своих ресурсов.

BOOKINGEM дает зеленый свет большому количеству небольших и новых проектов: сайты, стартапы, софт для отелей - ведь все в равных условиях, соревноваться ценами за качество и количество контента (туристические продукты) они не смогут - контент общий, а вот конкурировать качеством сервисов, их удобством и скоростью – это их возможности.



В платформе используются следующие функциональные компоненты:

1. Блокчейн — как доверенный реестр операций по сделке и среда исполнения смарт-контрактов, обеспечивающих сделки, в частности продажа услуг отелей;

2. Децентрализованное файловое хранилище с применением стойкой криптографии (DFS), как среда хранения и обмена файлами, связанными с транзакциями

3. Сертифицированные средства криптографической защиты информации (СКЗИ) — как средство обеспечения дополнительного шифрования, юридически значимых электронных подписей и защищенных временных меток.

4. Оракулы и провайдеры внешних запросов — для доступа к иным базам данных (базы данных отелей, курсы валют и т.п.). Учитывая, что основные расчеты и анализ документов в реалиях сегодняшнего дня выполняются вне смарт-контрактов, непосредственно в смарт-контракты передаются только данные, которые те в состоянии обработать. Остальная информация прикрепляется в виде обычных формализованных файлов, при необходимости подписанных усиленной квалифицированной электронной цифровой подписью (ЭЦП) для обеспечения юридической значимости.

5. Внутренние системы позволяют BOOKINGEM интегрировать собственные внутренние и сторонние данные.  В платформу BOOKINGEM может быть добавлена поддержка любых дополнительных протоколов обмена данными, позволяющих расширить функциональность (дополнительные сервисы) всей платформы.

6. Мультивалютный онлайн кошелек, к которому можно будет привязать банковскую карту, с мерами защиты для входа: SMS-подтверждение, мультиподпись и двухфакторная аутентификации (2FA), страхование и хранение монет в автономном режиме («холодное» хранение). Для удобства пользователей кошельки будут двух типов: в одной версии ключи хранятся на самой платформе, на другой ключи хранятся у пользователя. BOOKINGEM будет поддерживать широкий спектр фиатных валют. Пользователи смогут выбрать предпочтительные фиатные валюты для внесения или снятия средств.

Пользование мультивалютным кошельком не потребует установки определенного программного обеспечения на компьютер, а поэтому не будет использовать его ресурсы и оперативную память. Но при этом функциональность такого кошелька ничем не хуже аппаратных кошельков для криптовалюты, более того, он обладает таким преимуществом, как покупка и продажа любых товаров, бронирование и покупка отельных услуг фиатными деньгами или криптовалютой, уплата, получения списка адресных книг и истории всех транзакций по e-mail или через криптомессенджер.

## Конкурентные и потребительские преимущества BOOKINGEM

* Возможность самостоятельного формирования индивидуального тура путешествия
* Отсутствие комиссии для отелей и других мест размещения. Взимается только плата за транзакцию 0,5% до 2% с каждой стороны;
* Мгновенные взаиморасчеты по всему миру;
* Применение умных контрактов;
* Гарантированная сохранность и безопасность хранения криптовалюты и проведения транзакций;
* Открытый AP для разработки приложений;
* Принцип одного окна. Сервис, общение, транзакции;
* Наличие полной истории предпочтений при бронировании отелей;
* Объективный рейтинг отелей. Невозможность его изменить или «сфабриковать»;
* Возможность интеграции с внутренними системами отелей, в т.ч.с Интернетом вещей через применение Wi-Fi/E-Locks.

## Сравнительные характеристики:

|  |  |
| --- | --- |
| **BOOKINGEM** | **Традиционный сервис онлайн бронирования** |
| Возможность оплаты криптовалютой | Оплата только фиатными деньгами |
| Возможность оплаты со встроенного криптокошелька | Оплата только через платёжные системы |
| Комиссия за услуги бронирования, продажи отельных услуг 0% | Комиссия за услуги бронирования, продажи отельных услуг от 15 до 34% |
| Комиссия за транзакцию 0,5% от каждой стороны сделки | Комиссия за транзакцию по тарифам банка или платежной системы (1,5-2,0% минимум) |
| Время перевода 5 секунд | Перевод до 3 банковских дней |
| Банковские карточки не задействованы при подтверждения бронирования | Используются банковские карточки для подтверждения бронирования. При этом отель блокирует на карточке сумму, необходимую на оплату вашего пребывания, до вашего прибытия и разблокировка может происходить в течении 30 дней. |
| Честные беспристрастные отзывы (рейтинг) | Отзывы могут быть сфальсифицированы |
| Возможность перепродажи отельных услуг третьим лицам | Возможен только возврат с удержанием части платежа |
| Возможность не только отказа от бронирования, но переуступка бронирования отелей | Возможен только отказ от бронирования, зачастую со снятием определённой суммы |
| Возможность использовать внутренний мессенджер для контактов с отелями (голосовой, видео, сообщение) + традиционные виды | Общение только с использованием традиционных сторонних систем: телефон, сотовая связь,Email, социальные сети, мессенджеры |
| Безопасная оплата | Риски при оплате с использованием банковских карточек |

## Авторское право

Мы еще не имеем патента на наш проект, но мы планируем воспользоваться регистрацией предварительной заявки на изобретение (Provisional Application), которая позволит закрепить за нами приоритет на 1 год. В течении этого периода мы подадим подать полную заявку (Non-provisional application) на замену предварительной заявки.

We do not yet have a patent for our project, but we plan to use the registration of a preliminary application for an invention (Provisional Application), which will allow us to assign priority to us for 1 year. During this period, we will file a full non-provisional application to replace the provisional application.

# Market Analysis

Маркетинговый анализ проводился по направлениям: анализ рынка криптовалют, анализ рынка туристического бизнеса и бронирования отелей и SWOT-анализ проекта. Цель данного анализа - наглядно показать перспективы и востребованность проекта и его место на рынке.

## Перспективы развития блокчейн

Нужно отметить, что технология блокчейн еще недостаточно развита на рынке. Она только в начале пути. На этой дороге будут возникать разного рода вызовы и сложности, в том числе технологические и юридические. Но мы уверены, что прогресс не остановить.

Р**ост числа владельцев криптовалюты в мире и сумма её капитализации определяет тренд на развитие блокчейн технологии.**

* К концу 2019 года было 72 миллиона пользователей криптовалюты, в том числе 43 млн. BTC-адресов;
* Из 72 миллионов адресов многие остаются неактивными, а некоторые десятками принадлежат одному лицу, то можно предположить что в мире существует около 45 миллионов пользователей;
* Около 14% граждан США владеют криптовалютой;
* Криптобиржа Coinbase насчитывает более 13 млн. клиентов;
* 8 млн. владельцев криптовалюты, 11% от общего числа держателей криптовалюты используют BTC для платежей и являются потенциальными пользователями BOOKINGEM. Аналитики заявляют, что число владельцев цифровых валют составит около 300 млн. к 2036 году.

Капитализация криптовалют на начало 2020 года достигла 230.1 млрд. долларов и, не смотря на большую волатильность криптовалют увеличилась более чем в 7 раз по сравнению с капитализацией криптовалюты в 2014 году.   
Это иллюстрирует стремительность развития крипторынка, что вселяет уверенность в масштабируемости предлагаемого проекта BOOKINGEM.

***Сhart 1. Капитализация криптовалют***

Вместе с ростом рынка криптовалют совершенствуется и законодательство, в частности в США. Оно детализируется, устраняются двойные толкования. В 2019 г. налоговое управление США выпустило новое руководство по налогообложению операций с криптовалютами. Документ регулирует крипто валютные платежи, переводы между счетами, обмен, пожертвования и прочее. В результате зарождается налоговое планирование, появились первые консультанты, специализирующиеся на оптимизации налогов на крипто валютные доходы. Компании разрабатывают специальное программное обеспечение, которое будет помогать рассчитывать и оптимизировать налоги, учитывая все доходы и расходы по операциям с криптовалютами.  
Многочисленные законодательные инициативы говорят о неминуемом повышении прозрачности. Вероятно, в ближайшем будущем, криптобиржи обяжут раскрывать информацию о клиентах и их транзакциях. Это приведет, с одной стороны, к уходу транзакций теневого бизнеса. С другой стороны, правовые основы подтолкнут компании принимать платежи криптовалютами.

В Европе процесс идет медленнее, чем в США. Однако в 2019 г. произошел серьезный сдвиг. Появился первый криптоиндексный фонд с профессиональным кастоди и страховкой. Это означает, что уже решены главные для инвесторов вопросы: безопасность хранения активов, расчет и уплата налогов, простота подписки и погашения, прозрачность транзакций и др.

На рынке криптовалют появляются первые платформы фондов, создающие продукты для институциональных инвесторов и работающие по принципам фиатного рынка: соответствие законодательству, учет налогов, налаженная работа с банками, страховка активов, юридически значимая декларация фонда, настоящий кастоди, холодное хранение и др. Именно продуктов институционального уровня не хватало для прихода на рынок серьезных инвесторов. В 2020 г. количество таких платформ и фондов будет расти. Об этом свидетельствуют и многочисленные опросы, проведенные в 2019 г. Fidelity Investments, BitGo Binance Research. Более 20% институциональных инвесторов уже вложились в криптоактивы. При этом более 70% предпочитают приобретать инвестиционные продукты на криптовалюту, а не фиатную валюту.

О всестороннем становлении рынка говорит и появление деривативов. Биржи Bitmex, Binance, Huobi and OKEx позволяют торговать фьючерсами и опционами на наиболее ликвидные монеты. Что касается конкретных прогнозов, то в сети уже были озвучены все возможные варианты. Специалисты включились в негласное соревнование на самый необычный прогноз курса наиболее востребованных криптовалют. Так, Bitcoin оценивается разными аналитиками в $20 тыс., $50 тыс. и даже $100 тыс. в 2020 г. Однако рынок криптовалют еще слишком молод, чтобы мы имели возможность его справедливо оценить и спрогнозировать.

## Анализ рынка туристического бизнеса

В современном мире туризм рассматривается как одна из наиболее доходных и интенсивно развивающихся отраслей мирового хозяйства. Об этом свидетельствует приходящаяся на него доля мирового валового национального дохода в размере 10,2% и ежегодный стабильный рост числа туристов на 3,5-4%.

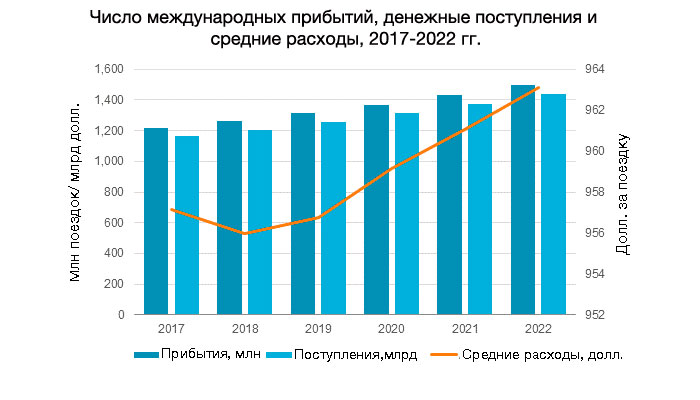
***Сhart 2.* Perspectives of international tourist arrivals in 2017-2025, mln people**

**Мировой рынок туризма в 2018 году продолжил рост**

Мировой сектор путешествий и туризма в 2018 году обеспечил 10,4% мирового ВВП, а темпы роста отрасли в денежном выражении оказались более чем в два раза выше, чем в секторе информационных технологий, [по](http://www.atorus.ru/news/press-centre/new/46212.html) данным АТОР.

Согласно ежегодному исследованию Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) об экономическом воздействии и социальной значимости сектора, в 2018 году объем туристического рынка достиг рекордного значения в 8,8 триллиона долларов США. Отрасль растет восьмой год подряд, показав в 2018 году рост в деньгах на 3,9%.

***Сhart 3.***



Это выше и темпов роста мировой экономики (3,2% в 2018 году), и темпов роста таких ключевых ее отраслей, как здравоохранение (+ 3,1%), информационные технологии (+ 1,7%), финансовые услуги (+ 1,7%). В годовом выражении быстрее, чем туризм, в 2018 году рос только сектор промышленности (+4%).

По данным WTTC, доля доходов от иностранных туристов в общей структуре сектора выросла: с 27,3% в 2017 году до 28,8% в 2018 году. Это означает, что 71,2% объемов глобального туристического рынка генерируют внутренние туристы.

Что касается занятости, сектор путешествий и туризма поддерживал в прошлом году 319 миллионов рабочих мест или каждое десятое рабочее место в мире. Именно в туризме за последние пять лет было создано 20% новых рабочих мест.

По прогнозам WTTC, в течение следующих десяти лет сектор туризма и путешествий создаст 100 миллионов новых рабочих мест по всему миру и обеспечит работой в общей сложности 421 миллион человек.

По данным Барометра международного туризма UNWTO наблюдается ежегодное увеличение доходов, полученных от иностранных туристов.

***Сhart 4. Dynamics of profits received from foreign tourists, bn $***

Доходы, полученные от иностранных туристов при предоставлении услуг проживания, питания, развлечений и др., по оценкам специалистов достигли в 2018 году 2534 млрд. долларов США. А всего в 2018 году объем поездок и туризма составил 8,8 трлн. $ US (10,4% от мирового ВВП)

Глобальная туристическая индустрия показывает стабильно положительную динамику из года в год. Так, общий рынок услуг по бронированию отелей может достигнуть оценки порядка $1.6 трлн. к 2022 году.

***Сhart 5. Общий рынок бронирования отелей, млрд $***

Источник: данныеPhocuswright

Число совершенных во всем мире в 2019 году международных туристических поездок составило 1,5 миллиардов, прирост по сравнению с 2018 годом на 4%, следует из данных Всемирной туристской организации ООН (UNWTO).

Рост международного туризма продолжается уже десятый год подряд. Туризм стал одной из самых быстрорастущих и стабильных отраслей мировой экономики.

Рынок международного туризма растет благодаря улучшению воздушного сообщения между странами, упрощению визового режима, развитию новых бизнес-моделей в отрасли.

По прогнозам Busines Stat, натуральный объем мирового туристического рынка в 2019-2023 г.г. снизит ежегодные темпы роста до 3,6%. Численность поездок в 2023 г составит 1,98 млрд., что на 19,3% выше уровня 2018 г. Замедление темпов роста будет обусловлено геополитической и торговой напряженностью между странами, а также короновирусом.

Наибольшее число туристических поездок в мире совершается во Францию и Испанию. В 2018 г во Францию было совершено 90,2 млн. поездок, в Испанию – 87,1 млн. поездок. Европа является основным международным центром познавательного туризма. При этом наблюдается ежегодное снижение доли Европы в международном туризме из-за старения туристического продукта ряда стран. Более высокими темпами растет молодая индустрия туризма Азиатско-Тихоокеанского региона. Он привлекает туристов уникальной природой и приятным климатом, а также многочисленными памятниками архитектуры и объектами культового назначения.

## Оценка рынка онлайн бронирования

Взрывной рост числа пользователей Интернета создает предпосылку для развития виртуального бизнеса в сфере онлайн бронирования. Кроме того, основную массу потребителей туристических услуг составляют именно пользователи сети Интернет. Электронная сервис даёт шанс малым и вновь созданным компаниям, в том числе и нашему проекту, конкурировать с глобальными сервисами, давая им возможность получить свою нишу потребителей.

***Сhart* *6. Online BINGel reservation market, $ bn***

Источник: данные Phocuswright

Также очевиден общий тренд на рост продаж через онлайн сегмент. Ключевым сегментом роста будет являться Азия, где ожидается двукратный рост роста онлайн бронирований.

**Объём рынка**

1. TAM (Total Addressable Market) – общий объём рынка онлайн бронирования онлайн сервисами (с учётом среднего уровня комиссии в размере 15%);
2. SAM (Served/Serviceable Available Market) – доступный объём рынка;
3. SOM (Serviceable & Obtainable Market) – реально достижимый объём рынка.

**TAM 92,7 млрд. $**

**SAM 14 млрд. $**

**SOM 0,62 млрд. $**

## Анализ рынка бронирования. Ключевые конкуренты

В сети Интернет представлены следующие онлайн ресурсы индустрии гостеприимства:

* сайты общего назначения, в которых есть туристические разделы;
* специализированные туристические порталы и сайты;
* глобальные системы бронирования;
* сайты фирм-туроператоров;
* сайты туристических агентств;
* сайты отелей, кемпингов, авиакомпаний и т.д.;
* личные страницы путешественников.

В мировой туристической отрасли доминируют несколько глобальных посредников, которые поделили между собой рынок дистрибуции туристических услуг. Они могут ощутимо влиять на конечные цены для туристов, повышая комиссии с поставщиков и взимая абонентскую плату за предоставление доступа к своим IT-системам.

## GDS

GDS (Global Distribution Systems): Amadeus, Sabre, Travelport - глобальные системы дистрибуции. Это B2B интернет-площадки, которые соединяют поставщиков туристических услуг (отели, билеты на транспорт, аренду авто, круизы и т.д.) с их продавцами (агентами).

В чем суть: большинство продаж отели и авиакомпании делают не самостоятельно, а через продавцов - агентов: авиакассы, турфирмы, онлайн-сервисы бронирования (ozon.travel, Яндекс Авиабилеты и тп). Это отличный канал продаж, ведь таких агентов тысячи. Они работают с розницей за комиссию.

Естественно, агентам постоянно требуется актуальная информация о ресурсах поставщиков: наличие билетов, номеров, цены на них, брони, акции. Так как же им получить такие сведения от всех поставщиков удобно и в одном месте, чтобы не приходилось обращаться в каждый отель по отдельности и не сравнивать варианты “на листочке”, подбирая вам гостиницу?

Этим GDS и занимаются - они позволяют компаниям-поставщикам загрузить в свои базы данных номерной фонд, авиарейсы, доступные билеты, арендные автомобили, настроить логику и расписание. А агентствам - просматривать эту информацию, осуществлять бронь, проводить оплату.

Часто GDS предоставляют поставщикам инструменты управления их ресурсами, что актуально для небольших отелей или местных авиакомпаний. Сделать отелю не сайт- визитку, а систему бронирования с приемом платежей задача сложная и дорогая. Потому небольшим гостиницам выгодней загрузить свои номера в выбранную GDS и пользоваться предоставленными инструментами для их управления, чем создавать свое программное обеспечение. С авиакомпаниями похожая история.

Возможные риски - если “упадет” сервер одной из GDS, некоторые компании не только не будут получать новые бронирования от агентов, но и не будут знать, что в принципе у них забронировано и свободно.

GDS взимают абонентскую плату за доступ к своей информационной системе. С поставщиков - для размещений ресурсов, с агентов - для бронирования. Комиссия с брони также есть.

Это дополнительные издержки, которые существенно повышают стоимость туристических услуг и отели и авиакомпании закладывают их в цену. Уйти и потерять такой канал сбыта компании не могут. Если ты есть в GDS - твои услуги доступны агентам, тебя продают.

## OTA

OTA (Online travel Agencies): Priceline, Expedia – глобальные онлайн-турагентства. ОТА - это маркетплейсы в первую очередь для отелей. Они соединяют отель с уже конечным потребителем - туристом (в то время как GDS - с агентами), выполняя функции продавца и взимая комиссию за бронь.

Многие OTA сами параллельно подключаются к GDS для доступа к авиабилетам и аренде авто, чтобы продавать их на своих сайтах, тот же Booking com, например. OTA также, как и GDS, предоставляет отелям инструменты для управления номерным фондом.

В мире два ведущих OTA: Priceline, Expedia. Booking принадлежит Priceline, также как и Kayak, и Agoda, и Momondo и еще множество сервисов. Много онлайн турагентств поменьше работает через шлюзы одного только Букинг. Какой-нибудь поисковик или агрегатор отелей, которым туристы постоянно пользуются, с большой долей вероятности подключен к шлюзу (API) одной из ведущих ОТА (или аффилированных компаний). Фактически рынок монополизирован и выбора нет.

ОТА влияют на цены еще больше, чем GDS! ОТА осознают свое доминирующее положений, отсутствие реальной конкуренции, и устанавливают свои правила игры. ОТА зарабатывают на комиссии за бронирование отелей на сайте в размере от 10 до 30% с брони.

И это еще не все, ОТА обязывают отели предоставлять им минимальную цену за номер - так называемый “паритет курсов”. Ниже нее отели не могут продавать нигде: ни на своих сайтах, ни оффлайн. За нарушение - штрафы и отключение. А ОТА основной канал сбыта для многих.

## Channel managers

Channel Managers (“менеджеры каналов”) - это информационные системы - своеобразные шлюзы, подключающиеся по API ко множеству OTA и GDS, они позволяют отелю управлять каналами продаж и номерным фондом из одного места и предоставляют удобные интерфейсы для управления бронированиями.

Как правило, один отель представлен сразу на множестве онлайн-турагентствах, а также его номерной фонд размещен одновременно в нескольких GDS. Управлять бронированиями, оплатами, избегая овербукинга, в десятках интерфейсов нереально, для этого и существуют Channel Managers.

Они также вносят свою долю в цену номеров. Но, в отличие от GDS и OTA, она не такая существенная. Channel Managers более прогрессивные и инновационные компании, конкуренция мотивирует их развиваться, увеличивать охват площадок для размещения, скорость обработки бронирований, предлагать отелями множество полезных функций, таких как интегрированные CRM, виджеты бронирования и тп. Конкуренция сдерживает их от необоснованного повышения цен.

## Конкуренция

GDS монополисты и осознают зависимость отелей с авиакомпаниями от своих информационных систем, поэтому особых стимулов для инноваций у них нет - зачем менять то, что работает годами? Модернизировать свои сервисы и базы данных, принимая во внимание их глобальность и нагрузку, дорого и долго. Как следствие, GDS до сих используют технологии 90х - начала 2000х годов.

Хотя инновации позволили бы GDS предоставить лучшие сервисы поставщикам, что помогло бы снизить издержки, оптимизировать заполняемость номеров и рейсов, экономить на курсах валют. В конечном счете, мы бы получили лучшее качество услуг по более низким ценам.

ОТА более развитей в плане инноваций, чем GDS, они конкурируют за туриста в вэбе, оптимизируют сайты, делают мобильные приложения, покупают стартапы (которые в итоге и превращаются в еще один дочерний бренд и “подпитывают” иллюзию выбора).

Но вся конкуренция между крупнейшими ОТА сводится к соревнованию маркетинговыми бюджетами и ставками за клики в Гугл.

Только в 2016г. Priceline потратила 3.5 млрд $ на контекстную рекламу, а маркетинговый бюджет Expedia вырос на миллиард долларов с 2015г. - до 4.37 млдр.$. И все это комиссии с наших броней.

Суммы огромные, но компаниям необходимо поддерживать и увеличивать эти расходы, чтобы конкурировать друг с другом в количестве переходов на аффилированные сайты.

Стартапы и молодые IT-travel компании могли бы составить конкуренцию OTA и GDS, как альтернативный канал сбыта, предложив поставщикам сервисы лучше, а комиссии ниже. Как следствие, потребители получили бы более низкие цены и более релевантные поисковые выдачи, например лучшие комбинации перелетов.

Но у молодых компаний в том числе и для нашей, есть проблема - как получить доступ к такому объему туристических продуктов и услуг, который присутствует в GDS и ОТА? Поэтому мы будем стараться в первую очередь подключить к нашей платформе небольшие и средние отели.

## Таблица SWOT-анализа

## SWOT Analysis Worksheet

|  |  |
| --- | --- |
| **Strengths**  Providing the best travel deals, even before starting to shop  Insightful, data-driven research  Data sets that gather billions of flight and hotel prices  Informing users about price changes (e.g. when it fits their budget)  Saving user data to provide the best service in the future | **Weaknesses**  New in the market, more marketing efforts are needed  Small team of 6 people (not enough number of "Data Analysts")  Lack of different language skills; especially German and French  Few experts in blockchain technology |
| **Opportunities**  Big amount of time spent looking for flight deals and hotel reservation  Current services are not personalized enough  No big competitor in terms of handling big data properly - untrusted services in the market  Happy users - positive reviews received in short time period | **Threats**  Not enough funds for strong marketing campaigns  Usage of local Hotels, therefore difficulty of getting the attention of these Hotels to use BOOKINGEM  Airlines sending deals directly to their existing customer base  Difficulty of hiring international talent - visa sponsorships etc. |

## Субъекты отельного (туристического) бизнеса

Проект предлагает рассматривать отельный бизнес как глобальную систему деловых отношений между ее участниками. Участниками системы являются:

1. **Основной потребитель это туристы** - как субъект массового рынка.

Число совершенных во всем мире в 2019 году международных туристических поездок составило 1,5 миллиардов, прирост по сравнению с 2018 годом на 4%. Все туристы основные потенциальные пользователи (клиенты) BOOKINGEM;

2. **Туристические агентства, тураге́нты** — основные посредники между туристами и туроператорами и отдельными субъектами индустрии гостеприимства. Турагенты могут продавать как турпакеты туроператоров, так и отдельные туристические услуги (перевозку, размещение, трансфер, экскурсии, прокат, круизы), **по желанию клиента «собирая» их индивидуальный пакет**. Услуги по сбору индивидуальных туров пользуются спросом, например, очень многие американцы, особенно в путешествиях вне США, бояться промахнуться в самостоятельной компоновке всех элементов поездки через онлайн-агрегаторов, и предпочитают (как и в других областях своей жизни - медицине, юриспруденции, и т.п.) доверить вопрос профессионалам.

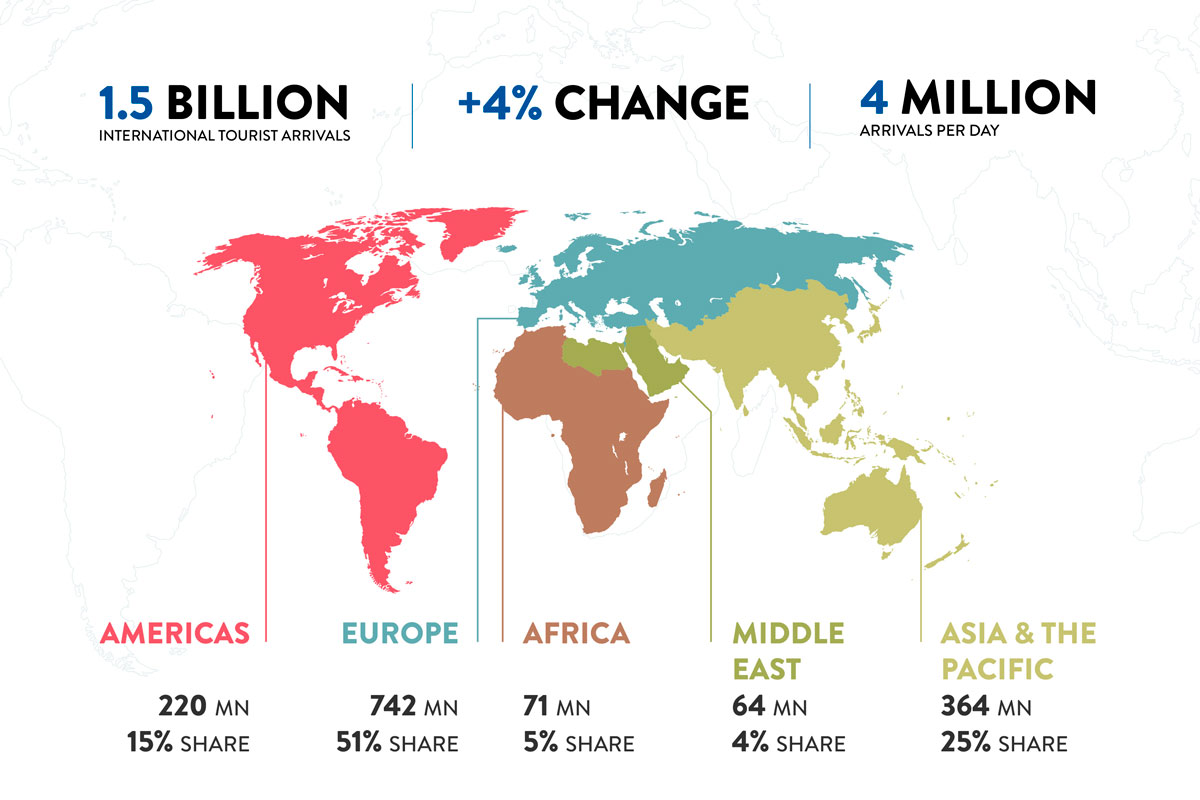
По состоянию на март 2020 года число туристических агентств в мире составляет 204 995. Туристические компании являются оптовыми потребителями отельных услуг и также являются потенциальными клиентами.

3. **Основные исполнители (поставщики) туристических услуг** это отели, различные пансионы, дома отдыха, базы отдыха, кемпинги, пассажирские транспортные компании, туроператоры, круизные компании и т.п.

Продавцы средств размещения и туристических услуг являются основными бенефициарами предлагаемой платформы, так как они cмогут интегрировать BOOKINGEM в свои внутренние системы управления и пользоваться сервисом бронирования и продажи отельных услуг, а также использовать её для автоматизации процесса закупок;

**Согласно исследованию компании Bold Data,** в мире работают и принимают туристов **402****933** сертифицированных отелей (в Европе – почти 50%.), а всего в мире 1 073 500 объектов размещения.

***Рис.1. Количество туристических прибытий в 2019 году***



Обзор международных туристических поездок за 2019 год  
 World Tourism Organization

**Европа**

Всего в Европе около 660 тыс. отелей, хостелов, официально зарегистрированных апартаментов и иных средств размещения, но менее трети (204 151) из них присвоены «звезды». Из европейских стран лидирует по количеству «звездных» отелей Италия: здесь их 32 803. На втором месте – Хорватия (здесь отелей, которым присвоены «звезды» – 29 282, по сравнению с 2015 годом количество таких объектов удвоилось). На третьем, четвертом и пятом, соответственно, расположились Франция (18 865), Германия (17 616) и Великобритания (14 497). На шестом – Испания (13 990).

Меньше всего в Европе отелей со звездами в Ватикане – в государстве Святого Престола работает только 1 отель 4\*.

Что касается России, то, по данным Bold Data, в России сейчас 4661 отель со «звездами». Из них 158 – отели 5\*, 960 – отели 4\*, 2485 отелей 3\*, 838 отелей 2\* и 220 отелей 1\*.

**Азия**

Во всей Азии, предлагают свои услуги 93 290 отелей с той или иной «звездностью. Больше всего таких объектов – в Китае (20 194), далее в ТОП-5 идут Таиланд (11 442), Япония (9 772), Индия (9 242) и Индонезия (8 666). На шестом месте – Вьетнам с 4 718 отелями.

В Турции только 2406 отеля с «настоящими» звездами – возможно, дело в политике этой страны по отношению к Booking.com и другим отельным агрегаторам (то есть не все турецкие отели присутствуют в международных онлайн-системах). Поэтому данные Bold Data по Турции, вероятно, существенно занижены: в самой Турции в 2018 году, согласно статистике министерства культуры и туризма этой страны, власти насчитали 4 447 отелей (это чуть больше половины от общего количества учтенных средств размещения, включая пансионы, мотели и кемпинги - их в Турции 7761).

**Америка и Карибы**

Во всех частях обеих Америк (Северная, Центральная, Южная Америка и Карибы) расположены 18% всех отелей со «звездами» в мире. Больше всего таких отелей в США. Кстати, если брать общее количество объектов размещения всех классов, то в США их вообще больше всего в мире: 436 068 или 41% от всего мирового объема.

Однако только 45 462 из американских объектов размещения могут быть классифицированы как отели с тем или иным количеством «звезд». Это, так или иначе, первое место в регионе. Далее в ТОП-5 «самых отельных» стран обеих Америк входят Канада (6 745 отелей со «звездами»), Бразилия (5389), Мексика (5147), и Аргентина (3002).

В карибском регионе самое большое количество отелей со «звездами» в Доминикане– 401,на Кубы – 229, Пуэрто-Рико -218, Ямайка -217 и Барбадос -137.

**Африка и Австралия**

Из африканских стран по количеству отелей со «звездами» лидируют следующие страны: ЮАР -8 772, Марокко -1 232, Египет - 1 087, Кения -500 и Танзания - 419.

В Австралии и Океании расположены всего 3,4% от общемирового количества отелей со «звездами». И 94% из них расположены в двух странах – Австралии и Новой Зеландии.

# Marketing Plan

Наша команда уверена в большом потенциале развития нашего сервиса. Мы осознаем, что для развития нашей платформы будет очень важно проводить масштабные рекламные и маркетинговые акции. С этой целью мы намереваемся привлечь ведущие мировые маркетинговые фирмы для разработки и проведения соответствующих маркетинговых мероприятий. После разработки MVP проекта мы планируем проведение масштабной рекламной кампании на ведущих для нашей платформы рынках.

Особое внимание мы будем уделять крупным международным событиям в области путешествий, спорта, туризма и бизнеса.

Все пользователи платформы BOOKINGEM смогут знакомиться с маркетинговой кампанией на самой платформе.

В процессе планирования и реализации маркетинговых стратегий мы намереваемся использовать боты для поиска, переписки с потенциальными пользователями (сервисы на основе технологии искусственного интеллекта, позволяющие персонализировать сортировку поиска и генерировать уникальное для каждого пользователя предложение).

Наша маркетинговая активность будет нести как массовый характер, так и индивидуальный, направленный на конкретный сегмент потребителей нашей услуги.

Наша задача сделать **BOOKINGEM** мировым брендом №1 в области краткосрочного онлайн бронирования номеров отелей.

## Позиционирование / Ниша

**Платформа BOOKINGEM выгодна в первую очередь маленьким игрокам в индустрии гостеприимства**, так как нет барьеров для входа в сеть и стоимость участия в системе доступна для самых маленьких отелей. Любой подключенный к Интернету компьютер может быть подключен к платформе за очень короткое время. Таким образом, основной **сегмент рынка – это небольшие отели** во всех странах мира, которые не пользуются OTA и GDS или сотрудничество с этими сетями для них очень дорого обходится. А них и сосредоточимся.

**Вторая большая группа пользователей – это сетевые отели**, которые меньше зависят от сервисов онлайн бронирования. У этой группы пользователей основная доля доходов поступает от прямых каналов традиционного маркетинга. Сетевые отели могут подключаться к сети BOOKINGEM или с помощью платформы создать свой корпоративный блокчейн.

**Третья группа** – это все отели, которые активно пользуются сервисами GDS и OTA. Для этой группы наличие ещё одного сервиса является большим преимуществом. Следовательно, присоединение к BOOKINGEM может вначале сосуществовать с использованием традиционных онлайн сервисов.

Для своего позиционирования и продвижения мы будем делать акцент на наши преимущества:

1. **BOOKINGEM** устраняет в цепочке сервиса всех ненужных посредников,

практически обнуляет все комиссии. В сервисе остается только небольшая комиссия за транзакции;

1. **Сервис** **BOOKINGEM** становится максимально прозрачным и честным

для пользователей системы (невозможно подделать свой рейтинг). Система рейтинга будет стимулировать всех пользователей заботиться о своей e-reputation и вести себя соответственно. Проблема справедливой и объективной оценки (рейтинга) услуг отелей очень серьёзная. Кроме того, она еще усугубляется негативной PR активностью: публикациями непроверенных «экспертов» в СМИ, выдуманными фейковыми новостями и т. п. Мы предлагаем решение данной проблемы, основанное на блокчейн технологии. Все что необходимо делать — это записывать в распределенный реестр все значимые для репутации действия субъектов (отелей, туркомпаний, туристов), которые, в перспективе, хотели бы монетизировать или подтвердить накопленную репутацию;

1. **Мгновенные платежи.** Благодаря тому, что в нашем сервисе есть

возможность производить расчеты в криптовалюте, то платежи могут быть мгновенными из любой страны и в любое время;

1. Обеспечит надежное хранение данных по всем транзакциям;
2. **Прозрачная информация.** Эта информация включает в себя историю

бронирований, покупок, отмены бронирования, возвраты и жалобы, и т.п. Поскольку каждая транзакция фиксируется на блокчейне и верифицируется общественностью, потребитель может полностью доверять точности и валидности всей количественной информации по каждой услуге или исполнителю услуг.

**BOOKINGEM** находится в тренде роста туристических услуг, увеличения доли онлайн бронирования отелей, роста стоимости криптовалюты и развития технологии блокчейн и позволит:

**Отелям**

- снизить операционные затраты и увеличить рентабельность отельного бизнеса за счёт снижения стоимости услуг онлайн бронирования;

- автоматизировать процесс управления номерным фондом

**Турфирмам, туристам и другим лицам**

* Автоматизировать поиск, бронирование и оплату отельных услуг с помощью смарт контракта;
* Предоставить возможность бронировать или покупать (инвестировать) отельные услуги и продавать отельные услуги на вторичном рынке;

# Все пользователи могут открыть на BOOKINGEM мультивалютный счет включая криптовалюты. За счёт смарт-контрактов обеспечивается максимальная прозрачность платежей, плюс низкие комиссии для международных платежей;

# Прослеживать транзакции от плательщиков до получателей.

## Маркетинг платформы

Мы выделяем три главные «ценностные дисциплины» (Value Disciplines), на которых основана наша маркетинговой стратегия:

* **Эффективность операционной деятельности** (Operational Excellence). Основная ставка делается на мультифункциональность платформы BOOKINGEM c удобным функционалом для пользователей.
* **Близость к покупателю** (Customer Intimacy). Фокус на внимательном отношении к запросам своих пользователей и интеграция с компаниями индустрии гостеприимства, в т.ч. с отелями и низкая стоимость пользования услугами платформы.
* **Лидерство по продукту** (Product Leadership). Мы предлагаем на рынке лучший в техническом плане сервис, с использованием новейших технологий блокчейн и искусственного интеллекта.

Фокус сосредоточим на **Близости к покупателю,** предоставлении правильных услуг доступных каждому клиенту. Мы позаботимся о том, чтобы цены на наши услуги были самыми низкими на рынке без потери качества. Мы будем стремиться передавать чувство качества в каждой картине, каждой рекламе и каждой публикации.

Особое внимание мы будем уделять крупным международным событиям в области путешествий, спорта, туризма и бизнеса.

Все пользователи платформы BOOKINGEM смогут ознакомиться с маркетинговой кампанией на самой платформе.

В процессе планирования и реализации маркетинговых стратегий мы намереваемся использовать боты для поиска, переписки с потенциальными пользователями (сервисы на основе технологии искусственного интеллекта, позволяющие персонализировать сортировку поиска и генерировать уникальное для каждого пользователя предложение).

Наша маркетинговая активность будет нести как массовый характер, так и индивидуальный, направленный на конкретный сегмент потребителей нашей услуги.

Наша задача сделать **BOOKINGEM** мировым брендом №1 в области краткосрочной онлайн бронирования и продажи отельных услуг.

## О рекламе

Реклама – самое результативное средство информирования потребителей о новом проекте и услугах. Поэтому реклама проекта в первую очередь будет направлена на те группы отелей, которые не подключены к глобальным онлайн сервисам по бронированию. При этом мы также будем сосредоточены на небольших и средних отелях, которые наиболее зависимы от онлайн бронирования.

Рекламные компании, направленные на туристов будут проводиться с учётом сезонности. Так как большая часть путешествий совершается в период массовых отпусков, т. е. летом активную рекламную компанию необходимо проводить за 3-4 месяца до этого периода. Анализ показал, что 60 % вероятных туристов начинают думать о будущем отдыхе за 3–4 месяца до его начала.

Мы в настоящий момент не устанавливаем суммы затрат на маркетинг и рекламу:

* + Перед запуском маркетинговой и рекламной компании эти цифры войдут в наш стартовый бюджет
  + После запуска платформы затраты на рекламу и маркетинг будут планироваться на постоянной основе (эти цифры будут включены в наш бюджет операционного плана)
  + Один из вариантов затрат маркетинговой и рекламной компании представлен в финансовом плане

## Дорожная карта

|  |  |
| --- | --- |
| 10.2019 | Идея о создании платформы по бронированию и продаже отельных услуг с использованием блокчейн |
| 02.2020 | Проведение исследований рынка |
| 03.2020 | Выявление конкурентов и рентабельности рынка |
| 04.2020 | Разработка архитектуры проекта и возможного функционала |
| 05.2020 | Разработка бизнес-плана |
| 05.2020 | Создание сайта |
| 06.2020 | Создание команда |
| 09.2020 | Привлечение инвесторов |
| 11.2020 | Разработка MVP проекта |
| 02.2021 | Разработка Альфа-версии платформы и её тестирование |
| 03.2021 | Доработка базовых узлов после Альфа-тестирования |
| 05.2021 | Бета-тестирование платформы. Открытие платформы для массовых пользователей |
| 06. 2021 | Разработка мобильного приложения на Android и iOS |
| 07. 2021 | Аудит платформы на Android и iOS. Тестирование мобильного приложения. |
| 07. 2021 | АPI |
| 08. 2021 | Старт рекламной и маркетинговой кампании на ключевых рынках |
| 10. 2021 | Подключение партнеров (отелей) |
| 12. 2021 | Интеграция с внутренними системами отелей |
| 01. 2022 | Рейтинги, отзывы, комментарии на блокчейне |
| 06. 2022 | Блок искусственного интеллекта BOOKINGEM |

Мы будем формировать и публиковать ежемесячные отчеты по выполнению целей и задач из дорожной карты.

# 

# НАША КОМАНДА

|  |  |
| --- | --- |
| E:\ф\DSC_0025.JPG | Ольга Берген, сооснователь, Chief Executive Officer (CEO) корпоративный стратег с многолетним опытом работы в индустрии рекламы и информационных технологий. В последние годы занимается акселерацией стартапов. Она отличается поразительной трудоспособностью. Страстно увлекается вопросами, связанными с инновациями и популяризацией предпринимательства. |
| E:\ф\я (1).jpg | Александр Голдобин, сооснователь, chief strategic planning officer (CSPO) — директор по стратегическому развитию, с огромным управленческим опытом в самых разных отраслях, мастер по созданию и управлению стратегических и инвестиционных программ, человек, который умеет крупно мыслить, облекать мысли в нужные слова, а слова превращать в успешные проекты. |
| E:\ф\Teymur k.jpg | Теймур Нурулаев технический директор, успешный бизнесмен, программист. Он просто мастер на все руки, когда речь идет о ботах, один из первых адептов блокчейна. Его девиз: «Работай упорно, играй еще упорнее». Он управляет всеми внутренними коммуникациями нашей компании. |
| Обо мне | Андрей Апухтин. Руководитель отдела мониторинга профессиональных компетенций и корпоративной подготовки персонала дирекции отельного комплекса ”Центр ”Омега”,Профессиональный тренер персонала отелей и санаториев. Более пятнадцати лет работы в первоклассных отелях, в том числе, 6 лет в качестве Директора отдела продаж и маркетинга отеля "Radisson SAS Lazurnaya" (4 звезды). Создал и более двух лет руководил Отельной школой "RSL" |

# Финансовый план

## Основные данные и предположения, используемые в расчетах

|  |  |
| --- | --- |
| Средний размер номерного фонда (количество номеров) в отеле | 50 номеров |
| Occupancy - Средний процент загрузки отеля | 71% |
| Количество дней работы отеля в периоде | 365 |
| Double Occupancy - Cреднее количество проживающих в номере | 1,4 |
| ADR (Average daily room rate) Средняя стоимость номера в сутки | $76 |
| Средний процент бронирования с помощью платформы BOOKINGEM | 30% |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Прогноз выручки (план продаж), тыс. USD.** | | | | |
|  | **Годы** | | | |
| 2 021 | 2 022 | | 2 023 |
| **1. Фиксированный взнос для присоединения к платформе** | | | | |
| Число отелей присоединённых к платформе | 100 | 500 | | 3 000 |
| Средний фиксированный взнос | 1 | 1 | | 1 |
| **Cумма взносов** | **100** | **500** | | **3 000** |
| **2. Комиссионные от бронирования номеров отелей туристами** | | | | |
| Средний процент бронирования с помощью платформы BOOKINGEM | 30% | 30% | | 30% |
| Среднее количество номеров в отеле | 50 | 50 | | 50 |
| Occupancy - Средний процент загрузки отеля | 71% | 71% | | 71% |
| ADR (Average daily room rate) Средняя стоимость номера в сутки, долларов | 76 | 76 | | 76 |
| Комиссионные в размере 1 % за транзакцию (с каждой стороны) | 2% | 2% | | 2% |
| Количество дней работы отеля в периоде | 365 | 365 | | 365 |
| **Сумма комиссионных** | **591** | **2 954** | | **17 726** |
| **3. Комиссионные от бронирования номеров отелей турфирмами** | | | | |
| Средний процент бронирования с помощью платформы BOOKINGEM | 10% | 10% | | 10% |
| Комиссионные в размере 0,5 % за транзакцию (с каждой стороны) | 1% | 1% | | 1% |
| **Сумма комиссионных** | **98,5** | **492,4** | | **2954,3** |
| **Выручка от реализации** | **789** | **3 947** | | **23 680** |
| **Прогноз дебиторской задолженности, тыс. USD** | | | | |
| **Показатели** | **Годы** | | | |
| 2 021 | | 2 022 | 2 023 |
| Величина дебиторской задолженности | 79 | | 395 | 2 368 |
| **Прогноз движения денежных средств по дебиторской задолженности** | **(79)** | | **(316)** | **(1 973)** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Прогноз коммерческих расходов, тыс. USD** | | | |
| **Показатели** | **Годы** | | |
| 2 021 | 2 022 | 2 023 |
| Расходы на продвижение (реклама и др.) | (150) | (500) | (500) |
| Прочие коммерческие расходы | (100) | (100) | (100) |
| **Коммерческие расходы** | **(250)** | **(600)** | **(600)** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Прогноз затрат на оборудование, тыс. USD** | | | |
|  | **Годы** | | |
| **Показатели** | 2 021 | 2 022 | 2 023 |
| Приобретение компьютеров и оргтехники | (120) | (200) | 0 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **Прогноз постоянных общепроизводственных расходов, тыс. USD** | | | | | | **Показатели** | | **Годы** | | | | 2 021 | 2 022 | 2 023 | | Расходы на аренду офиса | | (25) | (100) | (150) | | Расходы на аренду сервера | | (1) | (4) | (25) | | Расходы на зарплату консультантов | | (100) | (200) | (400) | | Командировочные расходы | | (100) | (100) | (600) | | Прочие затраты | | (100) | (200) | (200) | | Разработка приложения с искуственным интеллектом "Личный помощник туриста" и др. приложения | |  | (500) | (700) | | Программная поддержка платформы | |  | (200) | (300) | | **Постоянные общепроизводственные расходы** | | (326) | (1 304) | (2 375) | | Дополнительная информация для прогноза доходов и расходов: | | | |  | | **Амортизация** | 20 | 73 | | 107 | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Прогноз резерва, тыс. USD** | | | |
| **Показатели** | **Годы** | | |
| 2 021 | 2 022 | 2 023 |
| Величина резерва (депозита), 5% от выручки | 0 | 197 | 1 184 |
| **Движение денежных средств по формированию резерва** | 0 | (197) | (987) |
| **Прогноз расходов на персонал, тыс. USD** | | | |
| **Показатели** | **Годы** |  |  |
| 2 021 | 2 022 | 2 023 |
| **Расходы на управленческий персонал, тыс. руб** | (544) | (1 340) | (2 323) |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ставка дисконтирования | **15,00%** |  |  | | |
| Ставка налога | **21%** |  |  | | |
| **Прогноз финансирования, тыс. USD** | | | | | |
| **Показатели** | | | **Годы** | | |
| 2 021 | 2 022 | 2 023 |
| Движение денежных средств по собственному капиталу и грантам | | | 600 |  |  |
| *Дивиденды* | | | 0 | (100) | (1200) |
| Движение денежных средств по заемному капиталу (обязательствам) | | | 0 | 0 | 0 |
| *Проценты* | | | 0 | 0 |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Прогноз движения денежных средств, тыс. USD** | | | | | | | | |
|  |  | |  | | | |  | |
| **Показатели** | **Годы** | | | | | | |
| 2 021 | | 2 022 | | 2 023 | | |
| **Основная (операционная) деятельность** | | | | | | | |
| Выручка от реализации | 789 | | 3 947 | | 23 680 | | |
| Переменные расходы, тыс. руб | 0 | | 0 | | 0 | | |
| Расходы на оплату труда исполнителей (производственного персонала) | 0 | | 0 | | 0 | | |
| Постоянные общепроизводственные расходы | (326) | | (1 304) | | (2 375) | | |
| Расходы на управленческий персонал, тыс. руб | (544) | | (1 340) | | (2 323) | | |
| Комерческие расходы | (250) | | (600) | | (600) | | |
| Налог | 0 | | (132) | | (3 838) | | |
| Прогноз движения денежных средств по дебиторской задолженности | (79) | | (316) | | (1 973) | | |
| Движение денежных средств по формированию резерва | 0 | | (197) | | (987) | | |
| Движение денежных средств по формированию кредиторской задолженности перед поставщиками и подрядчиками | 0 | | 0 | | 0 | | |
| **Движение денежных средств по основной деятельности** | **(410)** | | **57** | | **11 585** | | |
| **Инвестиционная деятельность, тыс. USD** | | | | | | | |
| Приобретение компьютеров и оргтехники | 120 | | 200 | | 0 | | |
| **Движение денежных средств по инвестиционной деятельности** | **(120)** | | **(200)** | | **0** | | |
| **Финансирование проекта, тыс. USD** | | | | | | | |
| Движение денежных средств по собственному капиталу и грантам | 600 | | (100) | | (2 200) | | |
| Движение денежных средств по заемному капиталу (обязательствам) | 0 | | 0 | | 0 | | |
| **Движение денежных средств по финансовой деятельности** | **600** | | **(100)** | | **(2 200)** | | |
| **Итого движение денежных средств** | **70** | | **(243)** | | **9 385** | | |
| **Остаток денежных средств накопительным итогом** | **70** | | **(173)** | | **9 212** | | |
| **Оценка эффективности инвестиционного проекта, тыс. USD** | | | | | | | |
| Ставка дисконтирования | 15% |  | | | |  | |
| **Показатели** | **Годы** | | | | | | |
| 2 021 | | | 2 022 | | 2 023 | |
| Свободный денежный поток (по операционной и инвестиционной деятельности) | (530) | | | (143) | | 11 585 | |
| Свободный денежный поток накопительным итогом | (530) | | | (673) | | 10 912 | |
| Дисконтированный свободный денежный поток | (530) | | | (124) | | 8 760 | |
| Дисконтированный свободный денежный поток накопительным итогом | (530) | | | (654) | | 8 106 | |
| **NPV (чистый денежный поток)** | **8 106** | | |  | |  | |
| **IRR (внутренняя ставка доходности)** | **354,40%** | | |  | |  | |
| **PBP (период окупаемости)** | **2,00** | | |  | |  | |
| **DPBP (дисконтированный период окупаемости)** | **1** | | |  | |  | |
| **PI (индекс прибыльности)** | **16,31** | | |  | |  | |
| Ставка налога (УСН) | **21%** | | |  | |  | |
|  |  | | |  | |  | |
| **Прогноз доходов и расходов (план по прибылям и убыткам) , тыс. USD** | | | | | | | |
|  |  |  | | | |  | |
| **Показатели** | **Годы** | | | | | | |
| 2 021 | | | 2 022 | | 2 023 | |
| **Выручка от реализации** | 789 | | | 3 947 | | 23 680 | |
| Переменные расходы, тыс. руб | 0 | | | 0 | | 0 | |
| **Маржинальная (валовая) прибыль** | 789 | | | 3 947 | | 23 680 | |
| Постоянные общепроизводственные расходы | (326) | | | (1 304) | | (2 375) | |
| Расходы на оплату труда исполнителей (производственного персонала) | 0 | | | 0 | | 0 | |
| Расходы на управленческий персонал, тыс. руб | (544) | | | (1 340) | | (2 323) | |
| Комерческие расходы | (250) | | | (600) | | (600) | |
| **Прибыль до начисления амортизации, выплаты процентов и налогов (EBITDA)** | (331) | | | 702 | | 18 383 | |
| *Амортизация* | 20 | | | 73 | | 107 | |
| *Проценты* | 0 | | | 0 | | 0 | |
| **Налогооблагаемая прибыль** | (351) | | | 629 | | 18 276 | |
| Налог | 0 | | | (132) | | (3 838) | |
| **Чистая прибыль** | (351) | | | 497 | | 14 438 | |
| ***Справочно:*** |  | | |  | |  | |
| **Дивиденды** | 0 | | | (100) | | (2 200) | |
| **Нераспределенная прибыль (убыток) отчетного периода** | (351) | | | 397 | | 12 238 | |
| **Нераспределенная прибыль накопительным итогом** | (351) | | | 46 | | 12 284 | |
|  |  | | |  | |  | |
| **Прогнозный баланс, тыс. USD** | | | | | | | |
|  |  |  | | | |  | |
| **Показатели** | **Годы** | | | | | | |
| 2 021 | | | 2 022 | | 2 023 | |
| **Активы** | | | | | | | |
| Внеоборотные активы |  | | |  | |  | |
| Первоначальная стоимость | 120 | | | 320 | | 320 | |
| *Амортизация* | (20) | | | (73) | | (107) | |
| **Итого внеоборотные активы** | **100** | | | **247** | | **213** | |
| Оборотные активы |  | | |  | |  | |
| Запасы | 0 | | | 197 | | 1 184 | |
| Дебиторская задолженность | 79 | | | 395 | | 2 368 | |
| Деньги | 70 | | | (173) | | 9 212 | |
| **Итого оборотные активы** | **149** | | | **419** | | **12 764** | |
| **Итого активов** | **249** | | | **646** | | **12 884** | |
|  | | | | | | | |
| **Пассивы** | | | | | | | |
| Собственный капитал |  | | |  | |  | |
| Собственный капитал | 600 | | | 600 | | 600 | |
| Нераспределенная прибыль | (351) | | | 46 | | 12 284 | |
| **Итого собственный капитал** | **249** | | | **646** | | **12 884** | |
| Заемный капитал (обязательства) |  | | |  | |  | |
| Долгосрочные обязательства |  | | |  | |  | |
| Краткосрочные обязательства |  | | |  | | 0 | |
| **Итого заемный капитал (обязательства)** | **0** | | | **0** | | **0** | |
| **Итого пассивов** | **249** | | | **646** | | **12 884** | |
| *Контрольная строка* |  | | |  | |  | |
| **Основные финансовые коэффициенты** | | | | | | | |
|  |  |  | | | |  | |
| **Показатели** | **Годы** | | | | | | |
| 2 021 | | | 2 022 | | 2 023 | |
| ROS (чистая прибыль/ выручка) | -44% | | | 13% | | 61% | |
| ROA (чистая прибыль/ активы) | -141% | | | 77% | | 112% | |
| ROE (чистая прибыль/акционерный капитал) | 100% | | | 1079% | | 118% | |
| AT (выручка/активы) | 3,17 | | | 6,11 | | 1,84 | |
| Активы/Капитал | 1,00 | | | 1,00 | | 1,00 | |
| Капитал/Стоимость капитала, тыс. USD | 1 662 | | | 4 307 | | 85 893 | |
| **Прибыль/Стоимость капитала, тыс. USD** | **(2 338)** | | | **3 311** | | **96 253** | |
|  |  | | |  | |  | |

Мы прогнозируем достичь объёма продаж в 2023 году до 23,6 млн. USD.

В течение года мы намерены проводить регулярные оценки наших маркетинговых программ, чтобы гарантировать, что мы двигаемся в соответствии с нашим бизнес-планом.

Мы намерены постоянно мониторить отзывы и пожелания пользователей платформы, чтобы всегда соответствовать их ожиданиям.