

Объем требуемых инвестиций: **\$ 1 300 тыс.**

Направления использования:

Модернизация продукции	10%
Маркетинг	88%
Приобретение основных средств	2%

Описание предприятия:

1. Дата создания - 30 апреля 2002 г.
2. Стадия развития – Start-Up
3. Объем и источник инвестиций, уже осуществленных в компанию - \$ 30 тыс. - собственные средства
4. Область разработки и производства продукции - Прикладное программное обеспечение для Интернет
5. Сфера применения продукции - Гостиничный бизнес, продажи через Интернет, электронные платежи
6. Объем реализации за 2003 г. - \$ 36 тыс.
7. Краткая характеристика и стоимость основных фондов - \$ 30 тыс. - вычислительная и оргтехника, мебель, сайты в Интернет.
8. О компании - CPSLabs выросла из команды программистов, сложившейся во время учебы в университете. В настоящее время представляет лабораторию по разработке программного обеспечения с мощным инновационным потенциалом и эффективным менеджментом. Права на разработанные продукты принадлежат CPS Labs.

Владельцы:

4 физических лица	по 25% каждый
Совокупная доля госсобственности	0%

Менеджмент:

Галочкин Александр Владимирович - директор, 29 лет. Маркетинг и финансы. До CPS Labs – руководитель проекта по разработке геоинформационной системы автоматизации земельного кадастра.

Усков Юрий Викторович - технический директор. 31 год. Research and development. До CPS Labs – руководитель проекта по разработке геоинформационной системы для учета линейных сооружений в телефонной компании.

Характеристика продукции:

Система онлайн-продаж для гостиниц Travelline (Система) позволяет пользователям Интернет возможность заказывать номера и оплачивать их с помощью кредитных карт. Система предоставляет легкий, интуитивный интерфейс, позволяющий подобрать нужный номер, просмотреть фотографии и описания номеров, произвести оплату. Клиентами системы являются гостиницы, которые оплачивают пользование системой на основе абонентской платы либо процента с продаж (т.н. модель ASP - Application Service Provider). Персоналу гостиницы предоставляется возможность управлять системой учета номеров, информацией о тарифах, предоставляется полный набор отчетов о продажах. Внедрение системы позволит гостиницам предоставить дополнительные информационные услуги, привлечь дополнительный поток клиентов, увеличить среднюю загрузку номеров и, следовательно, прибыль. Важнейшим преимуществом является то, что для создания системы бронирования не требуется финансовых вложений на аппаратное и программное обеспечение со стороны гостиниц, а арендная плата значительно меньше возможных расходов на техническую поддержку собственной системы.

Для конфигурации, позволяющей обслуживать 1 000 гостиниц эксплуатационные расходы не превышают \$ 1 000 в месяц, т.е. по \$ 1 на гостиницу. Отсутствие стадии тиражирования и предельно низкие затраты на техническую поддержку позволят обеспечить высокую доходность: в настоящее время отели платят до 40% от выручки агентским компаниям, использование нашей системы позволит снизить эти расходы до 5%.

Сравнение с аналогами:

Характеристики	Travel Line	e-Travel Amadeus Global Travel Distribution Испания, 2000	Highware Galileo Inter- national, 2002
Интеграция с сайтом гостиницы	Да	Нет	Нет
Интерфейс управления продажами для гостиниц	Да	Нет	Нет
Расчеты по кредитным картам	Да	Да	Да
Стоимость для отелей, % от объема заказов	5	20-40	20-40
Рассылка уведомлений	E-mail, FAX, SMS	Email	Email

Значительную часть зарубежного рынка Интернет-бронирования составляют Глобальные дистрибьютор-ские системы (GDS), такие как AMADUES и GALILEO. GDS предоставляют доступ к десяткам тысяч отелей и поддерживают возможность бронирования через Интернет. Недостатком GDS является недостаточная актуальность информации и высокие посреднические платежи. Наше предложение привлекательно не только по цене. В отличие от GDS, которые являются посредническими системами, мы предлагаем конечному пользователю взаимодействие с непосредственным поставщиком услуг – гостиницей, предоставляющей наиболее полную и актуальную информацию. Персонал гостиницы, ведущий продажи с помощью нашей системы, имеет возможность более гибко управлять загруженностью номеров отеля, реагировать на изменения ситуации на рынке – предлагать специальные цены, скидки, реализовывать маркетинговые программы.

Рынки и конкуренция:

	Показатель	Travel Line	AMADEUS	GALILEO
2004	География – Весь мир	Объем рынка \$ 17, 6 млрд.		
	Доля компании на рынке \$ тыс./%	0 / 0%	1 760 / 10%	1 760 / 10%
2008	География – Весь мир	Объем рынка \$ 70 млрд.		
	Доля компании на рынке \$ тыс./%	1 400 / 2%	10 500 / 15%	10 500 / 15%

По оценкам Jupiter Research (<http://www.jupiterresearch.com>) годовой мировой объем заказов номеров, оплаченных через Интернет в 2003 г., составил около \$ 17,6 млрд. По данным того же агентства рост этого рынка в ближайшие годы составит не менее 30%/год, за счет подключения отелей, не имеющих пока собственных систем бронирования или не подключенных к глобальным сетям бронирования (GDS).

Целевым рынком нашей продукции являются отели, желающие иметь собственную систему бронирования через Интернет.

Мы рассчитываем в течение 3 лет освоить порядка 2% рынка, что к 2008 г. обеспечит оборот \$ 1 400 млн./год, при ставке за обслуживание 5% от объема заказа Доход компании составит порядка \$ 70 млн. в год с операционной рентабельностью не менее 60%.