



## ИНФОРМАЦИЯ О ПРОЕКТЕ

### Тематика проекта

#### **Название проекта:**

CRM-система и web-приложение обработки, анализа и структурирования данных на основе алгоритмов агрегирования туристских услуг для упрощения взаимодействия участников туристического рынка

<b>Название НИОКР 1-ого года (этапа) реализации проекта</b>	Разработка web-приложения обработки, анализа и структурирования данных на основе алгоритмов агрегирования туристских услуг для упрощения взаимодействия участников туристического рынка
<b>Название НИОКР 2-ого года (этапа) реализации проекта</b>	Разработка CRM-системы для участников туристического рынка. Доработка пользовательского интерфейса web-приложения.
<b>Название НИОКР 3-ого года (этапа) реализации проекта</b>	Создание приложения для мобильных устройств на платформах iOS и Android.

#### **Опыт команды в реализации подобных проектов:**

Команда РСТ занимается разработкой программного обеспечения для туризма с 2014 года. Есть опыт разработки сложных, высоконагруженных приложений. В 2017 году команда завершила разработку сервиса on-line бронирования и продажи туров на базы отдыха в Приморье для крупной туристической фирмы ([www.rost-tur.ru](http://www.rost-tur.ru)). Протестировав идею on-line покупки туров и систему распределения ролей на сайте (разные личные кабинеты у разных типов пользователей) команда приняла решение запустить разработку своего проекта – программный алгоритм для площадки агрегатора туристических услуг.

#### **Планируемая организационная структура управления. Схема привлечения новых специалистов:**

У планируемого предприятия будет линейная структура управления. Руководитель планируемого предприятия осуществляет общее управление проектной командой и штатом сотрудников, осуществляет контроль выполнения ключевых этапов разработки проекта. Научный руководитель помогает в управлении разработкой проекта и технической реализации поставленных задач. Осуществляет продвижение проекта.

Разработкой портала занимаются два backend-разработчика и один frontend-разработчик. На втором этапе проекта планируется привлечь специалиста по работе с партнерами и маркетинговому продвижению.

Поиск персонала будет осуществляться с помощью специализированных интернет-сайтов, таких как: [www.hh.ru](http://www.hh.ru), [www.superjob.ru](http://www.superjob.ru), [www.avito.ru](http://www.avito.ru) и другие.

Так же можно привлекать персонал с помощью учебных заведений и ярмарок вакансий. У нашей компании есть опыт организации хакатонов совместно с учебными заведениями города, по итогу которых можно привлечь молодых специалистов в компанию.

**Область деятельности предприятия:** it-технологии в туризме

**Перспективный рынок НИИ:**

TechNet - передовые производственные технологии

## СОДЕРЖАНИЕ ПРОЕКТА

### Аннотация проекта

Проект направлен на разработку веб-приложения для туристической сферы. Приложение будет представлять собой SaaS-решение с набором сервисов для клиентов B2C и B2B категорий, а также обладать мощной CRM для ведения бизнеса.

Площадка предназначена для клиентов B2B2C сегментов.

К сервисам для клиентов группы B2C относятся: сервис заказа туров; сервис бронирования домиков на базах отдыха; сервис заказ билетов (ж/д, авиа, авто); сервис оформления туристической страховки; сервис бронирование отелей; сервис оплаты онлайн.

Для клиентов группы B2B: сервис размещения туров; сервис размещения баз отдыха; сервис CRM для ведения и управления бизнесом; сервис интеграции для встраивания в сайты (порталы, платформы) туристических компаний.

В настоящее время на рынке туристических услуг наблюдается четкая тенденция на укрупнение игроков отрасли, сокращается количество мелких туристических компаний, и в то же время растет количество частных предложений и авторов туров.

Сейчас ни в нашей стране, ни на международном рынке нет приложений для туристической сферы, которое могло бы решить все проблемы участников отрасли. Ровно, как и не существует специализированных CRM-систем для сферы туризма. Много всевозможных сайтов-агрегаторов, но ни один из них не предоставляет полный спектр туристских услуг. В настоящее время созрела необходимость в консолидации, в которой определенную роль сыграет разрабатываемое web-приложение, которое позволит объединить всех участников отрасли и значительно улучшит качество оказываемых услуг.

Задача сервиса решить следующие проблемы:

1. Авторы туров и владельцы баз отдыха не имеют единой площадки для популяризации своих предложений на рынке туризма России;
2. Отсутствие контроля за качеством предоставляемых туров и надежности поставщиков;

3. Мошенничество на рынке туруслуг при оплате туров;
4. Владельцы баз отдыха ведут учет клиентов в "тетрадке", что не позволяет автоматически анализировать, детализировать заказы, бронирования и вести управленческий учет;
5. Отсутствие инструментов для управления базой отдыха для собственников (создание, редактирование данных, актуализация цен, формирование акций).

Цель: создать единое приложение-агрегатор, где пользователи секторов B2C смогут подбирать для себя выгодное предложение по всей стране и оформлять заказы в "один клик", а пользователи сектора B2B получают возможность развивать свой бизнес по всей России, а также вести управление бизнесом, учет финансов и аналитику продаж посредством мощной CRM. С помощью сервиса "безопасная сделка" мы хотим обезопасить сделку для туристов и внедрить электронную путевку.

Используя web-приложение, участники туристического рынка получают мощный функционал для автоматизации своих бизнес-процессов, управления продажами и оценки эффективности рекламной кампании в рамках одной системы:

**ТУРОПЕРАТОР** (производитель туристской услуги) - уже сейчас может самостоятельно выгружать собственные туры и экскурсии в базы данных, с детальным описанием. На web-приложении есть удобный калькулятор тура, который упрощает процедуру составления и расчета туров. Есть возможность к туру составить договор и всю необходимую документацию.

**СОБСТВЕННИК МЕСТ РАЗМЕЩЕНИЯ** (в первую очередь собственник базы отдыха). В его административной панели на web-приложении формируется актуальный календарь, в котором представлена информация о занятости туристских объектов, детальная информация о каждом заказе, формируются отчеты, аналитика, графики занятости объектов, рассчитывается маржинальность сделок, что значительно увеличивает качество управленческого учета.

**ТУРИСТИЧЕСКОЕ АГЕНТСТВО** на web-приложении имеет доступ к базе данных актуальных туров. При заключении договоров через систему нет необходимости связываться с туроператорами, согласовывать даты заездов, формировать договор с туристом. Все автоматически формируется в нашей системе. Таким образом, туристические агентства могут реализовывать туристские услуги и зарабатывать свое агентское вознаграждение.

**ТУРИСТ** на web-приложении имеет доступ ко всем тур продуктам. Все сделки можно оформить онлайн и в своем личном кабинете распечатать договор и электронный ваучер с уникальным QR-кодом. Огромным плюсом является наличие на web-приложении основных блоков туристского продукта, а именно: блок "Размещение", "Транспортные услуги", "Экскурсионное обслуживание", "Страхование" и другие дополнительные услуги. Таким образом турист самостоятельно может сформировать тот туристский продукт, который ему необходим на одном приложении.

Отличительной особенностью web-приложения является разработанная под нужды туристической отрасли CRM-система. Удобная административная панель, в которой

ведется управленческий учет, формируются финансовые документы, выводится вся статистика и аналитика по продажам в целом и в выбранном разрезе. Все это положительно влияет на принятие административных решений, на развитие востребованных туристических направлений.

## **Научно-техническая часть проекта**

### ***Научная новизна предлагаемых в инновационном проекте решений:***

На российском рынке уже имеются облачные площадки-агрегаторы туристических услуг. Однако, имеющиеся площадки недостаточно функциональны и имеют узконаправленный профиль: либо продажа баз отдыха, либо продажа туров (операторских), либо продажа билетов. Кроме того, ни одна система не обладает хорошей, удобной и мощной CRM для ведения бизнеса (управления финансовыми потоками, ведения бух. учета). В дополнение к имеющимся недостаткам, эти площадки мало распространены по России. Отсутствие расширенного функционала делает невозможным использование площадки крупными туристическими компаниями России и в итоге исключает их масштабность.

Вновь разрабатываемое web-приложение будет иметь расширенный функционал по отношению к имеющимся аналогам:

- возможность покупать как базы отдыха, так и туры (для клиентов B2C сектора), а также продавать их (для B2B сектора);
- бронирование отелей (гостиниц, хостелов), покупка туристической страховки, покупка авиа- жд-билетов, оформление виз в режиме онлайн;
- оформление заказов онлайн (без взаимодействия с менеджерами) через "безопасную сделку";
- личный кабинет и CRM для B2B сектора (туристические компании);
- привязка к региону, что делает возможным использования web-приложения в любом регионе России (возможность настройки интерфейса под конкретный регион);
- удобная система взаимодействия с клиентом посредством MessengerBot-ов для соц.сетей.

### ***Методы и способы решения поставленных задач для получения ожидаемых характеристик:***

НИОКР 1-го года "Разработка web-приложения обработки, анализа и структурирования данных на основе алгоритмов агрегирования туристских услуг для упрощения взаимодействия участников туристического рынка":

- подробное изучение, анализ и поиск решения для автоматизации бизнес процессов туристической сферы;
- разработка проектных решений по структуре web-приложения;
- разработка алгоритмов обработки, анализа и структурирования данных на языке программирования PHP 7.0;
- проектирование интерфейсов CRM в визуальной среде разработки (NinjaMock, PhotoShop, BalsamiqMockups);
- разработка пользовательских интерфейсов на Bootstrap-4, CSS-3.0, HTML-5.0;
- разработка базы данных MySQL с использованием phpMyAdmin;
- программирование пользовательского функционала с применением фреймворка Yii-

2.0, языков программирования PHP-7.0, JavaScript (библиотека jQuery-3.2) с применением технологии Ajax;

- работа по методике управления проектами Scrum;
- отладка web-приложения на локальном сервере, с последующим размещением на независимом сервере VDS;

НИОКР 2-го года "Разработка CRM-системы для участников туристического рынка. Доработка пользовательского интерфейса web-приложения":

- работа с участниками туристического рынка (B2B сектора) для выявления наиболее удобных инструментов для ведения бизнеса (инструменты управления финансовыми потоками, ведения бухгалтерского учета);
- проектирование интерфейсов CRM в визуальной среде разработки (NinjaMock, PhotoShop, BalsamiqMockups);
- разработка пользовательских интерфейсов на Bootstrap-4, CSS-3.0, HTML-5.0;
- программирование пользовательского функционала с применением фреймворка Yii-2.0, языков программирования PHP-7.0, JavaScript (библиотека jQuery-3.2) с применением технологии Ajax;
- работа по методике управления проектами Scrum;
- отладка CRM на локальном сервере, с последующей загрузкой на независимый сервер VDS;
- тестирование web-приложения и CRM на реальных участниках туристического рынка, выявление недоработок в функционале web-приложения и CRM;
- доработка функционала (по требованию, если необходимо);
- анализ стабильности работы web-приложения в условиях высокой информационной нагрузки.

НИОКР 3-го года "Создание приложения для мобильных устройств на платформах iOS и Android":

- разработка API интерфейса по архитектуре REST для связывания мобильного и web-приложений;
- проектирование интерфейсов моб. приложения в визуальной среде разработки (NinjaMock, PhotoShop, BalsamiqMockups);
- Разработка алгоритмов взаимодействия моб.приложения с базой данных web-приложения посредством API;
- разработка пользовательских интерфейсов на XML;
- программирование пользовательского функционала с применением ReactNativ, языка программирования JavaScript;
- работа по методике управления проектами Scrum;
- отладка моб. приложения на виртуальных машинах (зависит от среды разработки) или на реальных устройствах;
- тестирование на реальных участниках туристического рынка, доработка пользовательского функционала (по требованию);
- размещение моб. приложений для Android и iOS в "облаке" для общего доступа.

#### ***Научный задел по тематике проекта:***

Команда проекта имела опыт работы с туристической компанией. Была проведена работа по анализу бизнес процессов компании и разработан web-сервис бронирования баз отдыха в Приморском крае. Web-сервис был рассчитан на несколько групп пользователей (имелась система ролей), для каждой из которых был свой интерфейс и функционал. Также была разработана CRM-система, предназначенная для ведения

финансовых учетов на базах отдыха.

### ***Планы по созданию и защите интеллектуальной собственности:***

В 2018 году планируем подать заявление о регистрации: домена, на котором будет размещаться web-приложения. Регистрация товарного знака RST; патентование исходного кода, как программы ЭВМ (авторство); Кроме того, планируется зарегистрировать некоторые функциональные модули web-приложения, как системы управления базой данных.

### **Перспективы коммерциализации**

#### ***Объем и емкость рынка продукта, анализ современного состояния и перспектив развития отрасли, в которой реализуется инновационный проект:***

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 (порядка 10%)([www.finmarket.ru/news/4118314](http://www.finmarket.ru/news/4118314)). Эксперты прогнозируют и дальнейший рост туристских прибытий и, как следствие, увеличение доходов от туризма.

По данным Всемирной туристской организации, в 2016 году рост мирового рынка туризма составил 4%. В 2016 году количество международных прибытий составило 1184 млн. человек на сумму в \$ 1,3 трлн. В среднем каждый турист тратит за границей около \$1100 ([www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe-agentstvo/otkrytye-dannye/](http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe-agentstvo/otkrytye-dannye/)).

Наиболее посещаемый регион мира – Европа. Рост международных прибытий составил 6%. По статистическим данным ([www.turstat.com](http://www.turstat.com)), в 2016 году Российскую Федерацию посетило более 22 млн туристов (что на 10% больше чем в 2015 году). Количество внутренних туристов в 2016 году в России выросло до 55 миллионов.

Самыми привлекательными регионами для туристов в 2016 году стали Краснодарский Край, Московская область, Крым, Владимирская область и Приморский край.

Доля туризма составляет 1,5% от ВВП Российской Федерации, что в рублевом эквиваленте составляет 1290 млрд. руб. У данной отрасли огромный потенциал для развития. Одним из ключевых факторов развития отрасли является доступное информационное поле для всех участников отрасли.

настоящее время на рынке туристических услуг наблюдается четкая тенденция на укрупнение игроков в отрасли, сокращается количество мелких туристических компаний и в то же время растет количество частных предложений и авторских туров. Созрела необходимость в консолидации, в которой определенную роль сыграет многофункциональное web-приложение, которое и позволит объединить всех участников отрасли. И в первую очередь, акцент необходимо делать именно на развитие внутреннего туризма.

#### ***Конкурентные преимущества создаваемого продукта, сравнение технико-экономических характеристик с мировыми аналогами:***

В настоящее время на территории РФ есть сайты-агрегаторы, которые на первый взгляд выполняют те же функции что и создаваемый портал. На запрос «туристический агрегатор» в поисковой выдаче (Яндекс) на первых позициях выводятся:

Туристические поисковые системы Sletat.ru, Turpoisk.ru, ruspo.ru, сервис поиска туров и отелей Яндекс. Путешествия.

Однако, в настоящее время только создаваемый web-портал предназначен для всех типов участников туристической отрасли, а именно

1. Туроператор (производитель туристской услуги) уже сейчас может самостоятельно выгрузить собственный тур в базу данных, с детальным описанием. На

портале есть удобный калькулятор тура, который упрощает процедуру составления и расчета тура. Есть возможность к туру составить договор и всю необходимую документацию. В личном кабинете туроператор видит все сделки по своим продуктам, детализацию заказов, способы оплаты, статусы заказов. Формируется статистика и отчеты.

2. Web-портал – удобная площадка для собственников объектов размещения (в первую очередь баз отдыха). На портале не просто отображается информация о номерном фонде и наличии свободных мест, а в личном кабинете пользователя – владельца мест размещения, формируется актуальный календарь в котором можно посмотреть всю информацию о каждом туристе, формируются отчеты и графики занятости номеров, рассчитывается маржинальность сделок, что значительно увеличивает качество управленческого учета.

3. Туристические агентства на портале имеют доступ к базе данных актуальных туров. При заключении договоров нет необходимости связываться с туроператором, согласовывать даты заездов, формировать договор. Все автоматически формируется в системе. Таким образом, туристические агентства могут реализовывать туры и зарабатывать свое агентское вознаграждение.

4. У туристов, так же, как и у агентств, есть доступ ко всем турам. Все сделки можно оформить on-line и в своем личном кабинете распечатать договор и ваучер с уникальным QR-кодом на тур.

Отличительной особенностью портала является разработанная под нужды туристической отрасли CRM система. Удобная административная панель, в которой ведется управленческий учет, формируются финансовые документы, выводится вся статистика и аналитика по продажам в целом и в выбранном разрезе. Все это положительно влияет на принятие административных решений, на развитие востребованных туристических направлений.

Еще одним огромным плюсом портала является наличие основных блоков туристического продукта, а именно: есть блок «Размещение», «Транспортные услуги», «Экскурсионное обслуживание», «Страхование» и другие дополнительные услуги. Таким образом турист может самостоятельно сформировать тот туристский продукт, который ему необходим.

В перспективе портал планируется сделать мультиязычным и выйти с ним на международный рынок, тем самым увеличивая поток иностранных граждан в РФ.

### ***Целевые сегменты потребителей создаваемого продукта и оценка платежеспособного спроса:***

Наиболее важной особенностью туристической отрасли является большое разнообразие ее участников (туристов), которые различаются по своим материальным возможностям, духовным потребностям, социальной и профессиональной принадлежности, возрастным категориям. Наш продукт предназначен для B2B2C пользователей, следовательно, мы выделяем два основных сегмента потребителей:

- 1) В сфере B2B – это туроператоры (юридические лица либо ИП, которые формируют туристские туры и услуги) и туристические агентства (организации либо ИП, занимающиеся продажей сформированных туроператорами туров) осуществляющие свою деятельность на территории Российской Федерации. В перспективе мы планируем сотрудничать и с иностранными партнерами (туроператорами и туристическими агентствами).
- 2) В сфере B2C – туристы, а именно мужчины и женщины с 25 до 45 лет, экономически активные жители крупных городов, с высшим образованием и с доходом



выше среднего (ежемесячный доход на одного члена семьи более 45000 рублей). К людям данного сегмента относятся любители дальних путешествий, проявляющие интерес к культуре и обычаям посещаемой страны.

По результатам исследований компании «РосИндекс»

(<https://www.ipsos.com/sites/default/files/2017-04/Tourism-2016-IpsosComcon-rus-web.pdf>), в 2016 году 8,7% россиян отдыхали за границей. Средние затраты на человека за поездку составили 39 565 рублей. 10,6% россиян отдыхали внутри страны. Средние затраты составили 10 498 рублей на человека.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристическая отрасль весьма перспективна. Почти 20% российских граждан ежегодно путешествует, несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране (это почти 30 млн человек), затраты которых на путешествия составляют более 675 млрд руб. ежегодно.

### ***Описание бизнес-модели проекта, плана продаж:***

Основной канал сбыта – Web-портал, на котором все участники туристической отрасли взаимодействуют друг с другом.

Наша основная задача - раскрутка и продвижение портала.

Web-портал – облачный сервис для туристической сферы, и он будет связан с двумя сегментами (бизнес-модель B2B2C).

Во-первых, это туроператоры и туристические агентства (B2B). Взаимоотношения с туроператорами и туристическими агентствами персональные. В этих отношениях очень важен личный контакт. Туроператоры разрабатывают и выгружают на портал туристские продукты, в стоимость которых закладывается наше вознаграждение. Размер вознаграждения составляет 6-10% от стоимости туристской услуги (тура).

Во-вторых, это туристы (B2C). Основной тип взаимодействия с туристами – это автоматизированное обслуживание. Для всех пользователей услуг сервиса – бесплатны. В перспективе дополнительным источником дохода портала будет предоставление рекламных площадок рекламодателям.

В первый год реализации проекта мы не планируем получать прибыль от продаж. Во второй год реализации проекта мы планируем получить доход в размере 37,5 млн руб. По данным аналитического агентства «ТурСтат» ([www.turstat.com](http://www.turstat.com)) в 2016 году количество внутренних туристов в России выросло до 55 млн чел.

Мы планируем, что на второй год реализации проекта порталом будет пользоваться 5% от общего объема внутренних туристов (примерно 2750000 человек).

Средняя конверсия по отрасли составляет 1,3%. Получается, что 35 750 туристов приобретут туры на нашей площадке. Средняя сделка по внутренним туристским направлениям составляет 10498 рублей. За год через площадку РСТ будет оформлено сделок на сумму  $35750 * 10498 = 375$  млн.

руб. Доход площадки за год составит примерно 37,5 млн. рублей при комиссии в 10%. (примерно 3,1 млн. руб. в месяц).

На третий год плановая посещаемость сайта будет составлять 800 000 пользователей в месяц или 9,6 млн пользователей в год. При конверсии 1.3% и средней сделке 10498 рублей доход компании в год составит почти 131 млн руб в год (11 млн руб в месяц).

### ***Стратегия продвижения продукта на рынок:***

Зная основные потребности потенциальных туристов, можно применять стратегию продвижения, которая представляет собой разработку методов стимулирования продаж путем создания системы интегрированных маркетинговых коммуникаций.



Тип коммуникации	СМИ	Интернет	Выставки, конференции
Реклама Цель – выход на новые рынки, удержание достигнутого уровня известности	Размещение статей-интервью в профильных изданиях	Доработка рекламного контента на сайте. SEO продвижение в поисковых системах (Google и Yandex).	Выступление с докладами на профильных форумах, конференциях.
PR Цель – поддержание положительного имиджа	Размещение информационных статей и пресс-релизов в профильных изданиях.	Размещение информационных статей на проф. ресурсах и на сайте. Ведение блога и работа в социальных сетях.	Участие в конференциях и выставках в качестве экспертов или гостей. Приглашение ЦА на онлайн-конференции и семинары.
Стимулирование сбыта. Цель – формирование желаемого восприятия по факторам: авторитетность, доверие, экономия, помощь		Информирование на портале.  Использование контекстной рекламы. Организация Web-конференций для работы с партнерами с отправкой им презентационных материалов.	
Прямые продажи. Цель – формирование желаемого восприятия по факторам: доверие, экспертиза, сервис.		Развитие интернет-консультаций.	Разработка моделей коммуникаций для выставочной команды в режиме личного общения.

### План реализации проекта

#### ***Результаты выполнения НИОКР по годам реализации проекта (созданная интеллектуальная собственность, стадии разработки продукта):***

1-й год реализации проекта:

- изучение, анализ и поиск решения для автоматизации бизнес процессов туристической сферы;
- разработка проектных решений по структуре web-приложения;
- разработка пользовательских интерфейсов web-приложения с уникальным дизайном;
- разработана структура базы данных, создание базы данных;
- программирование пользовательского функционала;

- разработка алгоритмов обработки, анализа и структурирования данных;
- тестирование и отладка web-приложения, размещение на сервере VDS.

2-й год реализации проекта:

- работа с участниками туристического рынка (B2B сектора) для выявления наиболее удобных инструментов для ведения бизнеса (инструменты управления финансовыми потоками, ведения бухгалтерского учета);
- разработка пользовательских интерфейсов CRM с уникальным дизайном;
- программирование пользовательского функционала CRM;
- отладка CRM на локальном сервере, с последующей загрузкой на независимый сервер VDS;
- тестирование web-приложения и CRM на реальных участниках туристического рынка, выявление недоработок в функционале web-приложения и CRM, доработка функционала (по требованию, если необходимо);
- анализ стабильности работы web-приложения в условиях высокой информационной нагрузки.

3-й год реализации проекта:

- разработка API интерфейса по архитектуре REST для связывания мобильного и web-приложений;
- разработка пользовательских интерфейсов моб. приложения с уникальным дизайном;
- Разработка алгоритмов взаимодействия моб. приложения с базой данных web-приложения посредством API;
- программирование пользовательского функционала моб. приложения;
- отладка моб. приложения;
- тестирование на реальных участниках туристического рынка, доработка пользовательского функционала (по требованию);
- размещение моб. приложений для Android и iOS в "облаке" для общего доступа.

***План организации производства по годам реализации проекта (включает аренду или приобретение производственных помещений, приобретение или аренда оборудования, получение разрешительных документов, производственная кооперация и т. д.):***

Первый год реализации проекта:

- аренда помещения для работы 60 кв.м.
- закупка необходимого оборудования. Компьютеры (процессор intelcorei5-i7, видеопамять 2-4 Гб, оперативная память 8-16 Гб, фирмы ASER или ASUS) в количестве 4 шт., дополнительное оборудование: мониторы для расширения рабочего поля - 4 шт., принтеры - 4 шт. Арендасервера (Time Web).
- регистрация юр. лица

Второй год реализации проекта: -аренда помещения для работы 80 кв.м.

- закупка дополнительного оборудования. Компьютеры (процессор intelcorei5-i7, видеопамять 2-4 Гб, оперативная память 8-16 Гб, фирмы ASER или ASUS) в количестве 2 шт
- формирование штата технической поддержки

Третий год реализации проекта: -аренда помещения для работы 80 кв.м.

Разрешительные документы не требуются.

***План организации продаж продукции по годам реализации проекта (включает***

***проведение маркетинговых исследований, организацию рекламы, заключение договоров на поставку продукции, начало поставки и т. д.):***

В первый год реализации проекта не планируется осуществление продаж. Во второй год реализации проекта планируется:

- проведение маркетинговых исследований - проведение рекламных мероприятий  
- поиск партнеров, подписание с ними договоров на использование портала Итого в во второй год планируем подписать партнерские договоры (сектор B2B) с 200 компаниями (туроператоры и туристические агентства). За год привлечь на сайт 2,7 млн посетителей. При конверсии 1,3% и средней сделке в 10498 рублей, доход площадки составит 37,5 млн рублей.

В третий год реализации проекта планируется:

- пиар портала, привлечение клиентов Итого в третий год планируем подписать партнерские договоры с 800 компаниями (туроператоры и туристические агентства). За год привлечь на сайт 9,6 млн посетителей. При конверсии 1,3% и средней сделке в 10498 рублей, доход площадки составит 131 млн рублей.

### **Техническое задание на выполнение НИОКР 1 этапа**

#### ***Наименование НИОКР:***

Облачное web-приложение обработки, анализа и структурирования данных на основе алгоритмов агрегирования туристских услуг для упрощения процессов взаимодействия участников туристического рынка.

#### ***Цель выполнения НИОКР***

Разработка стабильно работающего web-приложения, позволяющего взаимодействовать всем участникам туристического рынка, посредством одной площадки, которое включает в себя сервисы бронирования баз отдыха, покупка туров онлайн, покупка страховки, бронирование гостиниц, имеет привязку к регионам России, а также включающее в себя CRM систему для ведения финансового учета бизнеса.

#### ***Наименование продукции***

1) Web-приложение обработки, анализирования и структурирования данных для управления туристическим бизнесом. Сюда входят сервисы онлайн покупки страховки, туров, бронирования баз отдыха и гостиниц (для B2C сектора); сервисы размещения собственных туров, баз отдыха (для B2B сектора); алгоритмы обработки, анализирования и структурирования накопленных данных.

2) CRM-система для ведения финансового учета в туристическом бизнесе. Сюда входят инструменты для: анализа сделанных продаж (кем, когда и сколько); аналитики финансовых потоков (сопоставление в динамике); распределения и начисления заработной платы работникам.

#### ***Назначение научно-технического продукта (изделия и т.п.)***

Web-приложение создается в целях автоматизации бизнес-процессов между участниками туристического рынка. Создаваемое web-приложение предназначено для покупки онлайн туров и тур. страховок, бронирования отелей и баз отдыха (для B2C сектора); для размещения и продажи собственных туров и баз отдыха, ведения финансового учета посредством CRM (для B2B сектора).

#### ***Основные технические параметры, определяющие количественные и***

### ***качественные характеристики продукции***

За работу приложения будет отвечать независимый сервер TimeWeb: Процессор: 4 ядра по 2.7 ГГц,  
RAM4 Гб,  
SSD 50 Гб  
защита от DDOS-атак

### ***Требования по патентной защите (наличие патентов), существенные отличительные признаки создаваемого продукта (технологии) от имеющихся, обеспечивающие ожидаемый эффект***

Государственная регистрация программы ЭВМ и базы данных. Регистрация товарного знака

### ***Конструктивные требования***

требования к серверам: процессор не менее 4 ядра по 2 ГГц не менее 4Гб оперативной памяти

объем диска SSD не менее 100Гб ОС: Ubuntu или CentOS

аптайм не менее 99,5% Пиг не более 5

Скорости интернет соединения сервера 100 Мбит/сек Активная защита от DDOS-атак

SLL сертификат

### ***Перечень основных категорий комплектующих и материалов (входящих в состав разрабатываемого продукта (изделия) или используемых в процессе его разработки и изготовления)***

Используемое ПО:

- Yii2 фреймворк
- Bootstrap - 4
- jQuery
- SCV Mercurial Hg
- PhpStorm
- FileZilla
- phpMyAdmin

Используемые ПК:

Ноутбук (ASUS или ASER) в количестве 4 шт.

### ***Планируемые стоимостные характеристики разрабатываемой продукции***

Мы планируем предоставлять сервис за 6-10% от стоимости оформленных через приложение заказов.

### ***Отчетность по НИОКР (перечень технической документации, разрабатываемой в процессе выполнения НИОКР\*)***

Техническая документация по структуре проекта. Документация по коду приложения.