

# Идеи стартапов

ЭФБО-01-23

Бурков О.А., Дмитриев А.В.,  
Долгова С.С., Дубов Н. С.

# Будильник для общественног о транспорта

# Проблема – пропуск остановки



Уставший после работы, молодой человек садится в полупустой вечерний автобус, вставляет наушники и, глядя в темное окно, позволяет монотонному шуму мотора окончательно погрузить его в дремоту. Мощная усталость берет верх: мозг, отключившись от внешних раздражителей, перестает реагировать на мелькающие за окном ориентиры и объявления диктора. Очнувшись лишь через несколько остановок, он с ужасом понимает, что проехал нужное место, и теперь вместо долгожданного отдыха дома его ждет полчасовой стресс: выход на незнакомой и потенциально небезопасной поздним вечером остановке, потеря времени на ожидание встречного транспорта и двойная оплата проезда, что окончательно добивает остатки сил и портит вечер.

# Сегменты

## Сегмент А: «Уставший профессионал»



Офисные сотрудники 25–45 лет, регулярно засыпающие в транспорте после работы (2–3 раза в неделю).

Текущее решение: борьба со сном или тревожная дремота.

Готовность платить: средняя/высокая (до 300 руб.)

## Сегмент В: «Погруженный в контент»



Молодежь 16–30 лет, пропускающая остановки из-за полного погружения в телефон (соцсети, сериалы).

Текущее решение: редкая сверка с картой или «чувство времени».

Готовность платить: низкая (30–100 руб./мес)

## Сегмент С: «Турист или командировочный»



Путешественники и гости города, испытывающие тревогу в незнакомой среде без визуальных ориентиров.

Текущее решение: постоянный стрессовый контроль карты или просьбы к водителю.

Готовность платить: высокая за снижение тревожности, нужна разовая покупка

## Сегмент D: «Слабослышащие люди»

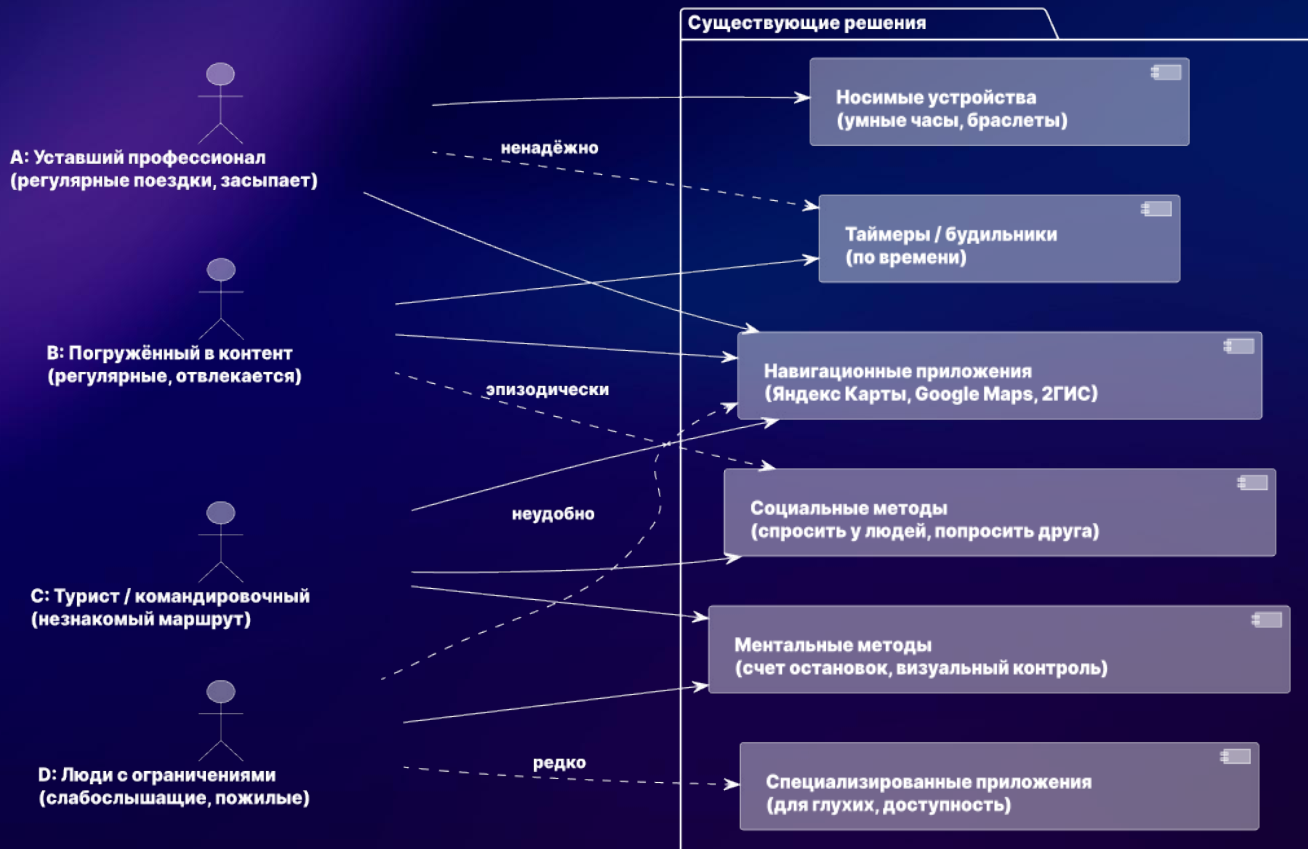


Люди с нарушениями слуха, внимания или пожилые, для которых стандартные объявления недоступны.

Текущее решение: подсчет остановок (со сбоями) или стресс от просьб о помощи.

Готовность платить: средняя (низкая ценовая чувствительность), критически важна вибрация

# Market Map



Название решения	Тип	Сегмент	Ключевая ценность	Сильные стороны	Слабые стороны	Цена/модель	Каналы
Навигационные приложения (Яндекс Карты, 2ГИС, Google Maps)	Косвенный конкурент	Все сегменты	Построение маршрутов, голосовые подсказки, информация о пробках и времени прибытия	Высокая точность карт, огромная пользовательская база, интеграция с другими сервисами (Яндекс Go, такси), постоянное	Нет оповещения при приближении к точке в общественном транспорте	Бесплатно с рекламой	Реклама, предустановка, магазины приложений
7ways / инновационные навигаторы	Косвенный конкурент	Сегменты С, В	Интеллектуальное планирование, офлайн-карты с 3D, социальная навигация (обмен событиями на дороге)	Высокодетализированные офлайн-карты, учет личных предпочтений, интеграция с городскими сервисами	Высокое энергопотребление, качество соц. функций зависит от активности сообщества, не решает проблему «проспал»	Бесплатно с рекламой	Магазины приложений, профильные обзоры
Система «Говорящий город»	Прямой конкурент	Все сегменты	Радиоинформирование о маршруте, активация звуковых маяков на остановках	Высокая специализация под нужды маломобильных, интеграция с городской инфраструктурой (уже работает в Москве, СПб и др.), господдержка	Требует оборудования транспорта спецсредствами; фокус только на доступной среде, не решает проблему «сна» или «отвлечения» у массового пассажира	Бесплатно	Госзакупки, программы доступной среды, фонды, соцзащита, транспортные предприятия
Социальные методы Контролёр в поезде	Замена /	Сегмент С, А	Внешний человек (проводник/контроллер) будит за 15 минут до прибытия	Не требует усилий от пассажира, работает даже при выключенном телефоне, высокий авторитет в контексте поездов	Присутствует только в поездах дальнего следования, не гарантирован (могут забыть), не работает в автобусах/метро	Бесплатно	Инфраструктура РЖД

# Тенденции и Ограничения

(01)

Рост ежедневной трудовой миграции и утомляемости в мегаполисах

(02)

Увеличение потребления развлекательного контента в транспорте

(03)

Рост внутреннего туризма и деловой мобильности

(04)

Технологическая доступность гео-функций и энергоэффективность

(01)

Технические ограничения мобильных ОС (фоновый режим)

(02)

Недостаточная точность геолокации в городской среде

(03)

Барьер привычки и доверия к существующим решениям

# Итоги

## Приоритетный сегмент: «Уставший профессионал»

Является наиболее оптимальным в связи с массовостью, регулярностью и остротой проблемы, отсутствием прямого решения, платежеспособностью сегмента и доступностью пилотного запуска.

## Ключевая гипотеза ценности:

«Уставшие пассажиры, которые регулярно засыпают в транспорте по пути с работы, нуждаются в гарантированном пробуждении именно на своей остановке, потому что существующие методы ненадежны и не учитывают реальное время в пути. Наш продукт — гео-будильник с мощным сигналом (звук + вибрация), работающий в фоне с низким энергопотреблением, — решит эту проблему лучше, так как специализируется именно на сценарии «заснул и проехал», а не на навигации».

## Первый проверяемый показатель

Конверсия в регистрацию интереса (готовность оставить email) на лендинге с описанием проблемы и решения.