**SWOT-анализ для сервиса планирования маршрутов**

**Сильные стороны (Strengths)**

* **Персонализация:** Высокий интерес аудитории к персонализированным маршрутам и рекомендациям.
* **Готовность к ИИ:** 77.8% респондентов поддерживают автоматическое создание маршрутов.
* **Высокий спрос:** 90% опрошенных готовы протестировать сервис.

**Слабые стороны (Weaknesses)**

* **Низкая привычка к исследованию города:** Основная аудитория редко занимается прогулками (менее раза в месяц).
* **Скептицизм к ИИ:** 15.6% не хотят указывать свои интересы, а 44.4% относятся к ИИ с осторожностью.
* **Ошибки со стороны ИИ:** Возможные ошибки ИИ-планировщика, которые могут снизить доверие пользователей.

**Возможности (Opportunities)**

* **Развитие AI-алгоритмов:** Интеллектуальные маршруты, учитывающие загруженность локаций, погоду и предпочтения пользователей.
* **Монетизация через премиум-функции:** Подписка на эксклюзивные AI-маршруты, интеграция с бизнесами.
* **Сотрудничество с городскими сервисами:** Интеграция с туристическими центрами, музеями, кафе.

**Угрозы (Threats)**

* **Конкуренция с Яндекс.Картами:** уже сформированная аудитория, высокий уровень доверия.
* **Низкая активность аудитории:** 25% почти не исследуют город.
* **Скептицизм к новым продуктам:** не все пользователи готовы доверять автоматизированным маршрутам.
* **Ошибки со стороны ИИ:** Возможные негативные реакции пользователей на ошибки ИИ-планировщика.

**Бенчмаркинг (анализ конкурентов)**

**Яндекс.Карты**

* **Сильные стороны:**
  + Полная экосистема сервисов (навигатор, общественный транспорт, пробки, отзывы).
  + Большая база данных о заведениях.
  + Хорошая интеграция с поисковыми запросами.
* **Слабые стороны:**
  + Ограниченная персонализация маршрутов.
  + Пользователи "заперты" в экосистеме.
  + Недостаточная гибкость в создании индивидуальных маршрутов.

**Сервис "Куда"**

* **Сильные стороны:**
  + Возможность выбора города и отметки посещённых мест.
  + Более туристический и социальный фокус.
* **Слабые стороны:**
  + Нет стандартных и AI-маршрутов.
  + Ограниченная база данных по заведениям.

1. **TAM**

В 2024 году сервисами "Яндекс карты", "Яндекс навигатор" и "Яндекс метро" в России пользовались **90 млн человек в месяц**. По данным панели Mediascope, суммарная месячная аудитория «2ГИС» за июль 2019 года аудитория пользователей «2ГИС». По данным опроса, только 4 респондентов из 45 выбрали только этот пункт. Поэтому, аудитория только пользователей «2ГИС» составляет примерно 8 млн. Итого, общий рынок (TAM) составляет примерно **100 млн**, учитывая другие сервисы.

1. **SAM**

По данным Росстат за 2024 год, количество граждан возрастом от 16 до 29 лет составляет почти 21 млн.

Учитывая данные опроса:

* 77.8% поддерживают автоматизацию.
* 55.6% доверяют ИИ.

Предположим, 60% ЦА заинтересованы в новом сервисе.

SAM (16-29 лет): 21 млн × 60% = 12.5 млн пользователей.

Для других возрастных групп, из-за ограниченности данных, можно предположить SAM для остальных возрастных групп примерно в 5 млн пользователей, что суммарно даёт 17.5 млн пользователей, заинтересованных в сервисе.

1. **SOM**

**Факторы:**

* Ограниченные ресурсы для масштабирования.
* Конкуренция с Яндекс.Картами (занимают доминирующую позицию).
* Высокая готовность к тестированию (90%).

**Сценарии:**

* **Пессимистичный:** Захват 1% SAM = 12.5 млн × 1% = **125 тыс. пользователей**.
* **Реалистичный:** Захват 2.5% SAM = 12.5 млн × 2.5% **≈** **313 тыс. пользователей**.
* **Оптимистичный:** Захват 5% SAM = 12.5 млн × 5% = **625 тыс. пользователей**.