

PESTEL-АНАЛИЗ

Р — Политические факторы

Положительные:

- *Господдержка IT-Стартапов*: на 2026 год запланировано государственное субсидирование IT-Стартапов на 4,7 млрд рублей, что повышает возможности к развитию IT-проекта, если он удовлетворяет определенным критериям, [ИСТОЧНИК](#)
- *Господдержка IT-Стартапов на региональном уровне*: в Московской Области стартовала программа IT-грантов для компаний, принявших в штат за последний квартал не менее 5 сотрудников, позволяющая получить до 600 тыс рублей на каждого работника в течение года. [Источник](#)
- *Программы поддержки внутреннего туризма*: в этом году есть возможность получить финансовую поддержку для проектов в сфере туризма от МинЭкономРазвития, подав заявку на сайте, [ИСТОЧНИК](#)

Отрицательные:

- *Визовые ограничения для путешествия в страны ЕС*: в начале ноября Еврокомиссия объявила о вводе ограничений на выдачу мультивиз гражданам РФ, что может затруднить доступ к аудитории, которая регулярно посещает страны Евросоюза, [ИСТОЧНИК](#)
- *Локализация персональных данных*: 1 июля 2025 года вступил в силу закон о том, что не допускается хранение персональных данных граждан РФ на иностранных серверах. Это может ограничить возможности по использованию облачных решений в целях работы с данными пользователей, [ИСТОЧНИК](#)

Е — Экономические факторы

Положительные:

- *Налоговые льготы:* IT-компании платят существенно более низкую ставку налога на прибыль (5% в сравнении с 25% для «обычных» компаний), также возможно освобождение от НДС, если зарегистрировать разработку в качестве российского ПО, [источник](#)
- *Пониженные страховые взносы:* компании в сфере IT выплачивают пониженный страховой взнос на сотрудников (7,6% вместо классических 30%), [Источники](#)

Отрицательные:

- *Жесткая денежно-кредитная политика:* несмотря на последнее снижение ключевой ставки Центробанка (с 17% до 16,5%), она остается очень высокой, что сокращает возможности для осуществления эффективных займов и покупательную способность клиентов, [источник](#)
- *Инфляция и падение покупательской способности:* из-за высокой инфляции реальные доходы населения снижаются, что может существенно сократить спрос или выработать «крайнюю избирательность» в потреблении среди пользователей, [источник](#)
- *Замедление долгосрочного экономического роста:* из-за падения внутреннего спроса, прогнозируется стагнация развития, как минимум до конца десятилетия, что способно осложнить рост приложения [источник](#)

S — Социально-культурные факторы

Положительные:

- *Смена парадигмы планирования поездок:* большую актуальность приобретает планирование впечатлений во время поездки. Люди выстраивают свои маршруты, исходя из активностей (чем они могут заняться), а не исходя из места назначения, рост ~ 25% за последние 5 лет, [источник](#)
- *Повышенный стресс при организации самостоятельных поездок:* планирование поездок и досуга все чаще вызывает стресс: слишком много деталей, источников и решений, это в 1,5 раза более стрессово, чем покупка готовых поездок (туров). Здесь предлагаемый продукт может стать решением, [источник](#)

- *Рост доли самостоятельных поездок:* люди стали чаще выбирать самостоятельные поездки вместо готовых туров, так как это позволяет более гибко обращаться с бюджетом. При этом, людям, которые путешествуют самостоятельно, важно планировать маршрут на каждый день во время путешествия, чтобы понимать список мест для посещения и оптимальные тайминги, [ИСТОЧНИК](#)
- *Рост тенденции на впечатления:* около 49% потребителей предпочитают дарить впечатления (еда, напитки, путешествия, концерты, живые выступления) вместо физических предметов, а 50% хотели бы получить впечатления в подарок, [ИСТОЧНИК](#)

Отрицательные:

- *Снижение цифрового доверия:* все меньше потребителей в цифровом пространстве доверяют ИИ-сервисам в аспектах сбора, хранения и обработки информации, лишь 31% полностью доверяют крупным компаниям в вопросе защиты данных, [ИСТОЧНИК](#)

Т — Технологические факторы

Положительные:

- *Персонализация на основе ИИ:* за счет ИИ появляется возможность анализировать огромные объемы данных о предпочтениях пользователей и доступных опциях, и предлагать высоко персонализированные варианты, [ИСТОЧНИК](#)
- *Высокий уровень принятия технологий пользователями-путешественниками:* более 50% путешественников в Европе, Ближнем Востоке и Африке будут полагаться на ИИ при планировании поездок, согласно исследованиям, [ИСТОЧНИК](#)

Отрицательные:

- *Около половины пользователей не решаются делиться персональными данными:* согласно исследованиям, около 50% пользователей не желают делиться чувствительной информацией с сервисами, что затрудняет создание релевантной подборки, [ИСТОЧНИК](#)

Е — Экологические / средовые факторы

Положительные:

- *Помощь в экологичном туризме:* 83% мировых путешественников считают устойчивый туризм жизненно важным, здесь ИИ-ассистент сможет помочь в выборе экологически чистых видов транспорта, отелей, точек питания, будет рекомендовать маршруты устойчивого туризма, [ИСТОЧНИК](#)

L — Правовые факторы

Положительные:

- *Наличие правовых рамок для защиты данных повышают доверие пользователей:* например, 152 ФЗ в РФ, если приложение им соответствует, это вызывает благосклонность пользователей, заботящихся о конфиденциальности, что может повысить лояльность и приток новых клиентов, [ИСТОЧНИК](#)

Отрицательные:

- *Сложность в передаче данных между различными юрисдикциями (примеры: GDPR в ЕС или 152 ФЗ в РФ):* приложение в сфере путешествий оперирует данными пользователей и поставщиков услуги из разных стран, при этом, 60% компаний сталкиваются с трудностями при управлении трансграничной передачей информации из-за растущего числа локальных законов о суверенитете данных, [ИСТОЧНИК](#)

SWOT-АНАЛИЗ

Strengths

- Более глубокая персонализация маршрутов, чем у классических путеводителей (Tripadvisor, Maps).
- Фокус на эмоциях и впечатлениях, а не на локациях — отличие от сервисов вроде Booking/Google Maps.

Weaknesses

- Низкая известность бренда, что замедляет органический рост.
- Зависим от работы ИИ: нужно будет направлять много ресурса на сбор данных для обучения
- Ограниченные ресурсы для R&D, тогда как конкуренты внедряют сложные ML-модели.

Opportunities

- Государственное субсидирование IT-стартапов РФ (4,7 млрд руб.)
- Региональные IT-гранты (МО: до 600 тыс на сотрудника)
- Программы поддержки внутреннего туризма от МинЭкономРазвития
- Налоговые льготы для IT (5% вместо 25%)
- Пониженные страховые взносы (7,6%)
- Рост планирования впечатлений (+25% за 5 лет)
- Стресс от самостоятельного планирования, а значит повышенный спрос на помощников
- Рост самостоятельных поездок (гибкость бюджета)
- Тренд на дарение впечатлений (49–50%)
- Персонализация на основе ИИ
- Массовое принятие технологий путешественниками (>50% используют ИИ)
- Спрос на устойчивый туризм (83% путешественников)
- GDPR и строгие нормы могут повысить доверие новым сервисам, если они прозрачны в обработке данных

Threats

- Визовые ограничения ЕС и уменьшение части аудитории, как следствие
- Локализация персональных данных (нельзя хранить за рубежом)
- Высокая ключевая ставка (16,5%).
- Инфляция и падение покупательской способности
- Стагнация внутреннего спроса до конца десятилетия
- Снижение цифрового доверия (только 31% доверяют)
- Сопротивление технологии у старшего поколения
- 50% пользователей боятся делиться персональными данными

- Низкое качество данных в туризме, а значит риски нерелевантных маршрутов
- Рост энергопотребления ИИ (3,5% мирового потребления к 2027)
- Сложность трансграничной передачи данных (60% компаний сталкиваются с проблемами)

MODIFIED SWOT-АНАЛИЗ

SO

- Встроить ИИ-персонализацию в планировщик маршрутов, используя рост спроса на самостоятельные поездки.
- Добавить коммуникационное сообщение о том, что снимается время на принятия решения.
- Добавить экорежим маршрутов, опираясь на тренд устойчивого туризма.
- Использовать интерес к ИИ-ассистентам для расширения функциональности рекомендаций.
- Развивать стресс-фри планирование, используя сильную сторону — умные алгоритмы выбора.

ST

- Внедрить модуль объяснимости рекомендаций, чтобы снижать недоверие к ИИ.
- Ввести режим минимального сбора данных для пользователей с низким доверием.
- Локализовать хранение данных для соответствия требованиям регулирования.
- Добавить оффлайн-режим маршрутов, чтобы снизить риски плохой связи.
- Разработать прозрачную коммуникацию о безопасности данных.

WO

- Привлечь гранты и акселерацию для усиления команды и закрытия ресурсных пробелов.
- Использовать ИИ для автоматической генерации маршрутов и контента.

- Партнёриться с туристическими программами поддержки регионов: дать возможность обращаться в организацию для участия в туристической программе.
- Закрывать дизайн, маркетинг и контент через аутсорс, компенсируя нехватку внутренних ресурсов.

WT

- Детально изучить 152 ФЗ и разработать функционал для перехода в легальное поле.
- Сделать компактную коммуникацию о приватности («в один клик»).
- Формировать партнёрства с локальными туристическими проектами для снижения зависимости от модели бронирования.