

**ПРОВЕРКА АКТУАЛЬНОСТИ СОЗДАНИЯ ПРИЛОЖЕНИЯ ПО ПОДБОРУ
ПЕРСОНАЛИЗИРОВАННОГО ПИТАНИЯ НА ЗАПАДНОМ ЗАРУБЕЖЬЕ ПУТЁМ
ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА КОНКУРЕНТОВ И ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ**

Куприянова С.А.¹ Горло В.Ю.¹ Салихова А.Н.¹

Консультант – магистр Бойцова Ю.С.¹

Научный руководитель – к.т.н., доцент Орлова О.Ю.¹

¹Университет ИТМО

Работа выполнена в рамках темы НИР № 619404 «Обеспечение коммерциализации и капитализации проектов в области Life Science в ситуации цифровой трансформации инновационных социально-экономических систем»

Аннотация: в статье приведено обоснование актуальности создания онлайн-сервиса по подбору персонализированного рациона. Приведены результаты анализа крупных игроков рынка, их подходы к составлению индивидуальных рекомендаций. Проведено анкетирование целевой аудитории и на основе его показателей проверена необходимость приложения.

Ключевые слова: персонализированное питание, индивидуальные рекомендации, анкетирование, анализ, целевая аудитория, конкуренты.

Введение

На данный момент персонализированное питание выступает одним из драйверов развития рынка FoodNet во всем мире. Затраты на экосистему по подбору питания и здоровых привычек на основе анализов, согласно аналитического отчета J'son & Partners Consulting, оцениваются в 7 млрд. долл. и вырастут еще на 4,5 млрд. долл. к 2025 году.

Однако в России достаточно низкий уровень программных решений данного направления, так как этот рынок только формируется. Первые игроки, которые уже существуют, лишь частично решают проблему отсутствия удобного и популяризированного инструмента, удовлетворяющего потребности населения в улучшении самочувствия и экономии времени.

Целью работы является проверка актуальности разрабатываемого авторами статьи приложения по подбору персонализированного питания в соответствии с индивидуальными ограничениями пользователей.

Задачи данной работы заключаются в проведении анализа крупных конкурентов исследуемого стартапа, изучении их подходов к созданию индивидуальных пищевых рекомендаций, анкетировании потенциальной целевой аудитории для оценки востребованности подобного сервиса.

Для оценки актуальности создания подобного сервиса было решено проанализировать действующие компании на рынке и провести анкетирование потенциальной целевой аудитории.

Основная часть

В ходе анализа конкурентов (MyGenetics, Atlas, Genotek и другие) были выделены следующие основные категории сегментов потребителей: дети, подростки, взрослые и пенсионеры. Эти категории, в свою очередь, можно разделить на такие сегменты: осознанные, аллергики, вегетарианцы, спортсмены, диабетики и беременные.

Для уточнения достоверности актуальности разрабатываемого приложения было решено провести исследование в виде анкетирования. Анкетирование – это разновидность исследовательского метода, позволяющая на основе письменных ответов на предложенные вопросы выявить точки зрения и тенденции, имеющие место в сегментах потребителей. Различают анкетирования закрытого типа - выбор из предложенных ответов и открытого типа

- самостоятельное конструирование ответа. В этом случае мы будем использовать анкетирования открытого типа для экономии времени будущих потребителей.

Для исследования выбрана категория «Молодежь», которая распространяется на юношей и девушек в возрасте от 17 до 24 лет. Таким образом, в эту категорию попадают студенты от 1 курса бакалавриата до 2 курса магистратуры включительно.

Также анкетирование будет выполнять функцию beta-тестирования стартового опроса будущего приложения. В связи с этим, появляется возможность сформулировать наиболее подходящие вопросы для получения первого пласта информации о пользователях.

Кроме сбора индивидуальных характеристик пользователей перед составлением рекомендаций по питанию на основе анализов необходимо знакомиться с подходами конкурентов.

Анализируя приложения и веб-сайты компаний по подбору персонализированного питания «My Genetics» и «Genotek» были выделены следующие важные параметры для определения исходной точки оценки пользователей. Для расчета коэффициента физической активности (КФА) нужны такие данные как вес, рост, возраст. Также учитывается уровень физической активности (количество тренировок) и цели пользователей (поддержание, снижение или увеличение веса). Анкета «Genotek» расширена и включает 4 раздела: общие вопросы, здоровье, лекарства, коронавирус. А конкурентным преимуществом «My Genetics» является возможность выбора диеты на текущий момент, что позволяет определиться клиентам с сегментом. Также есть аналоговые приложения, например «Атлас» и «Otri». Они позволяют заказывать тесты для сдачи анализов без заполнения анкеты.

Выводы

Результаты анализа конкурентов служат для построения собственной производственной и маркетинговой стратегий. Наиболее важными параметрами, которые учитываются при составлении индивидуального плана питания, признаются: рост, вес, возраст, физическая активность, цель и диета.

Также в ходе работы выявляются различные сегменты целевой аудитории и проведенное для них анкетирование позволяет делать выводы о необходимой для обоснования актуальности статистике. Исходя из этих данных выделяются среднесрочные и долгосрочные тенденции в сфере персонализированного питания. Все полученные данные позволяют сделать вывод об актуальности разрабатываемого авторами статьи приложения по подбору персонализированного рациона на основе анализов.

Куприянова С.А. (автор) _____

Горло В.Ю. (автор) _____

Салихова А.Н. (автор) _____

Бойцова Ю.С. (консультант) _____

Орлова О.Ю. (научный руководитель) _____