МИКО-ЧИПСЫ

СОЗДАНИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СНЕКОВ С МИКОПРОТЕИНОМ

STARTUP PROJECT

АКТУАЛЬНОСТЬ

01

Рост интереса к здоровому питанию

02

Развитие рынка альтернативных источников белка

03

Потенциал на рынке снеков

ТРЕНДЫ

01

Тренд на экологичное и устойчивое производство пищевых продуктов

02

Тренд на удобство и быстрое питание

03

Тренд на использование биотехнологий в пищевой промышленности

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

01

Активные люди

Ведущие здоровый образ жизни и занимающиеся спортом, 18–40 лет

02

Вегетарианцы

Также семьи с осознанным выбором продуктов (clean-label), возраст 20–45 лет



03

HoReCa

Рестораны, кафе и отели, которые развивают ЗОЖ-меню и ищут новые растительные источники белка и снеков.

04

Малые производители

Небольшие цеха и локальные бренды (пекарни, кофейни, смузи-бары)

КЛЮЧЕВАЯ ПРОБЛЕМА

Данные взяты из проведенного членами группы:

- Анкетирования (73 человека)
- Проблемного интервью (15 человек)
- Анализа рынка протеиновой продукции и отзывов пользователей относительно продукции конкурентов

ЦА

1. Недостаток белка в рационе требует добавления 20–30 г «чистого» белка без сои, молочных продуктов и яиц, без использования пищевых добавок, с нейтральным вкусом и без неприятных побочных эффектов, таких как вздутие или приторность.
2.
3. Требуется нейтральный, стабильный белок с функциональными свойствами и предсказуемым качеством, обеспечивающий гелеобразование и эмульгирование для создания качественных и продуктов.
4.

ПРЕДЛАГАЕМОЕ РЕШЕНИЕ И ОСНОВНОЙ ФУНКЦИОНАЛ

Базовый продукт

Функциональные снеки «Мико-чипсы» на основе микопротеина вешенки (Pleurotus ostreatus)

Свойства

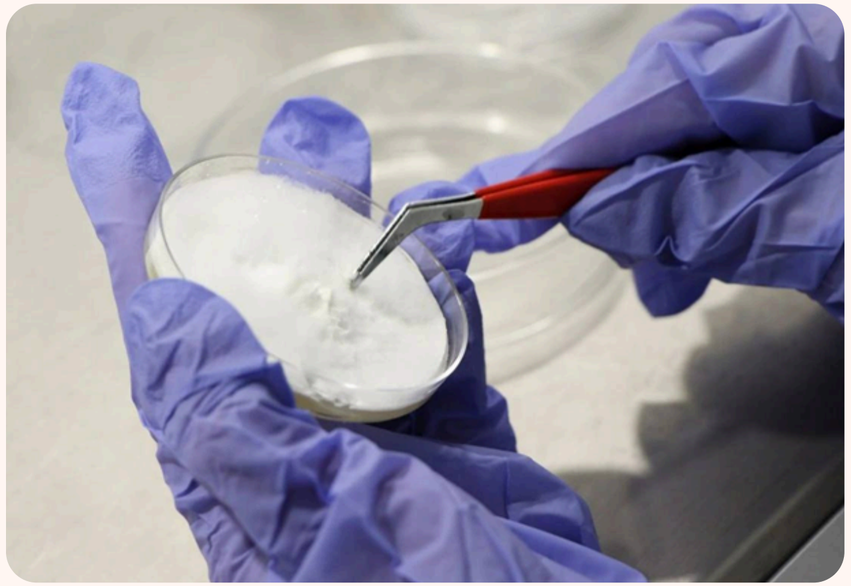
Высокая питательность при низкой калорийности, натуральный состав и хрустящая текстура - полезный перекус для ЗОЖ

Функционал

Высокое содержание белка и клетчатки: быстро насыщают, поддерживают мышцы и подходят для растительных диет

ЛАБОРАТОРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МИКОПРОТЕИНА









ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

1

Особый **QR-код** в упаковке позволит найти ценную информацию по рациону питания и обрести круг единомышленников!

2

Хрустящие запечённые **грибные чипсы** — сытый и полезный перекус с экологичным веган-протеином для тех, кто контролирует потребление белка и хочет получать незаменимые аминокислоты и другие нутриенты.



ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПАРАМЕТРЫ ПРОЕКТА

TRL

TRL 2: формирование концепции и применения.

Рынок НТИ

FoodNet — рынок производства и реализации продуктов питания

Критическая технология

5. Технологии персонализированного, лечебного и функционального питания для здоровьесбережения

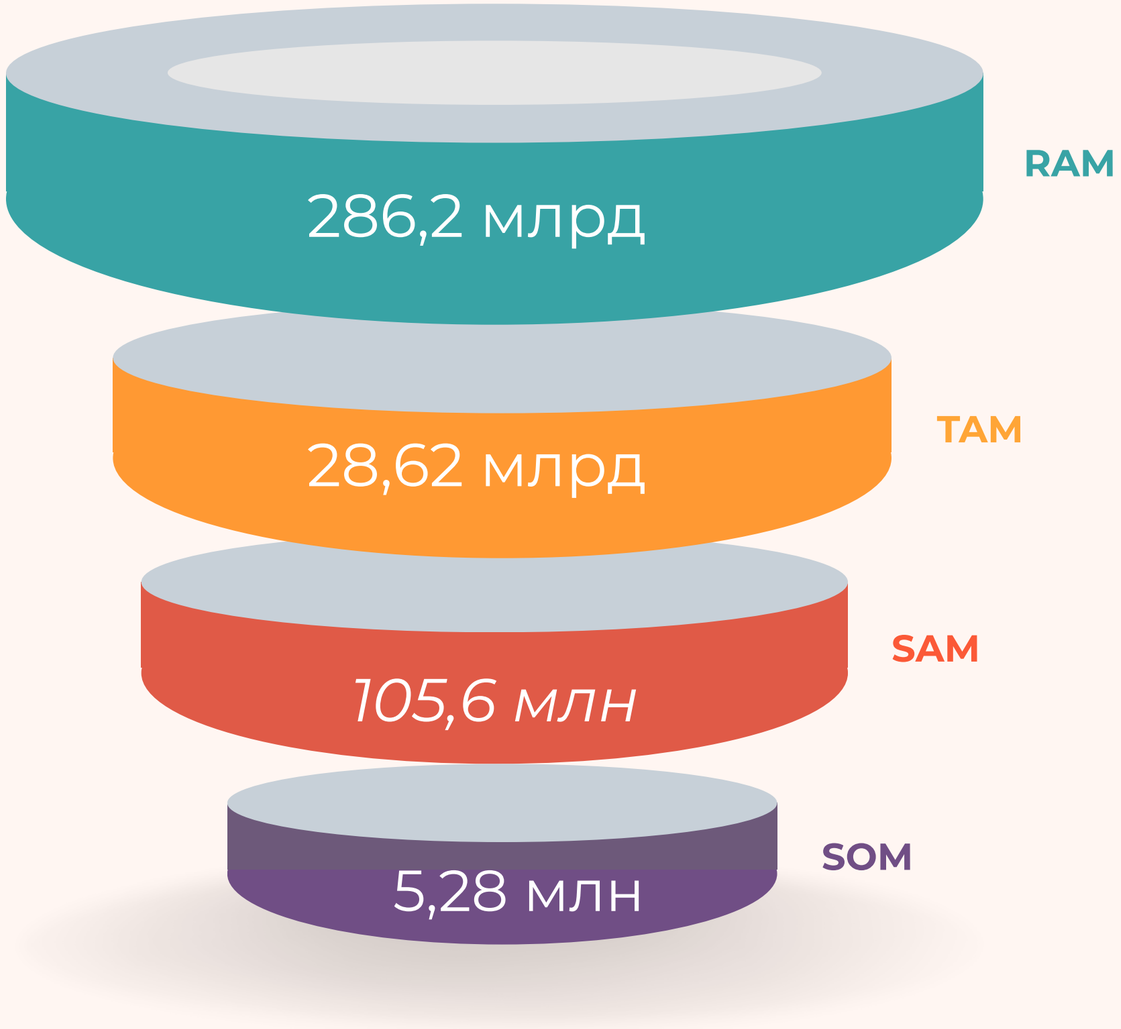
ОЦЕНКА РЫНКА

Анализ рынка снеков

По подсчётам исследовательского агентства NTech, общий объём рынка снеков в России за первое полугодие 2025 года составил 135 млрд рублей

Источник: Vedomosti / NTech

https://www.vedomosti.ru/business/news/2025/08/21/1133139-obschii-obem-rinka



КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИЙ И ПРОДАЖ

B2B

- Прямые продажи шеф-поварам
- Поставки в сети (фитнес-клубы, веган-кафе)
- Участие в выставках.

B2C

- Собственный сайт
- Фитнес-бары в клубах
- Магазины спортивного питания

B2G

- Поставки для спортивных и социальных учреждений
- Участие в госпрограммах (здоровое питание).

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИЙ

Как информируем о продукте

B2C: Целевая реклама в соцсетях (ВКонтакте, Telegram), контент от блогеров (фитнес, веган-тематика), контекстная реклама.
B2B: Прямые рассылки, участие в отраслевых выставках, контент в профессиональных сообществах.
B2G: Участие в тендерах, работа с профильными ассоциациями, презентации для учреждений.

Партнеры коммуникации

Для привлечения ЦА: Фитнес-блогеры, тренеры, веган-блогеры, нутрициологи, организаторы эко-фестивалей.
Для расширения дистрибуции:

ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОЕКТА

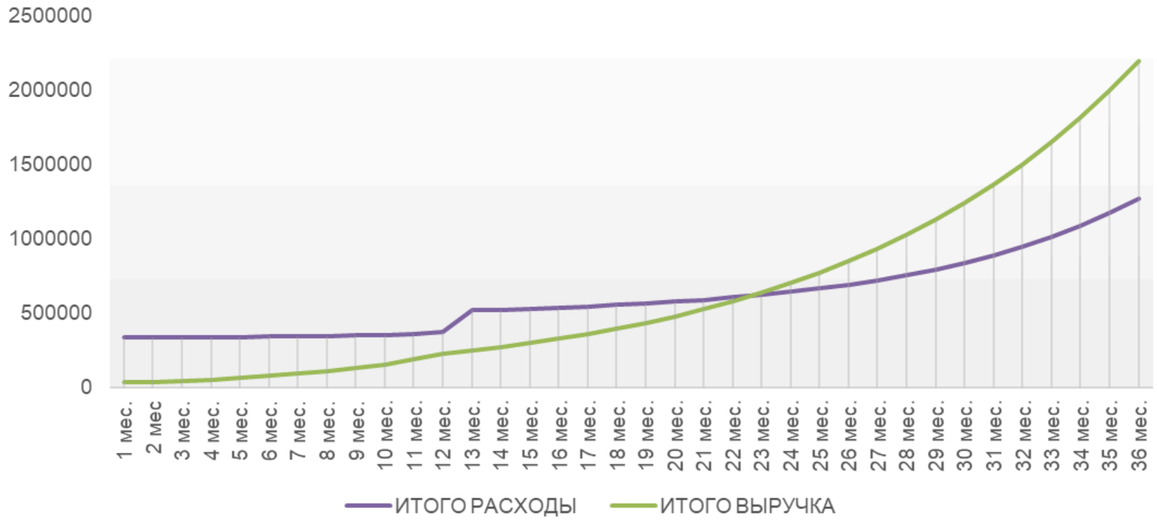
Стоимость продукта

300 рублей/
пачка 100г

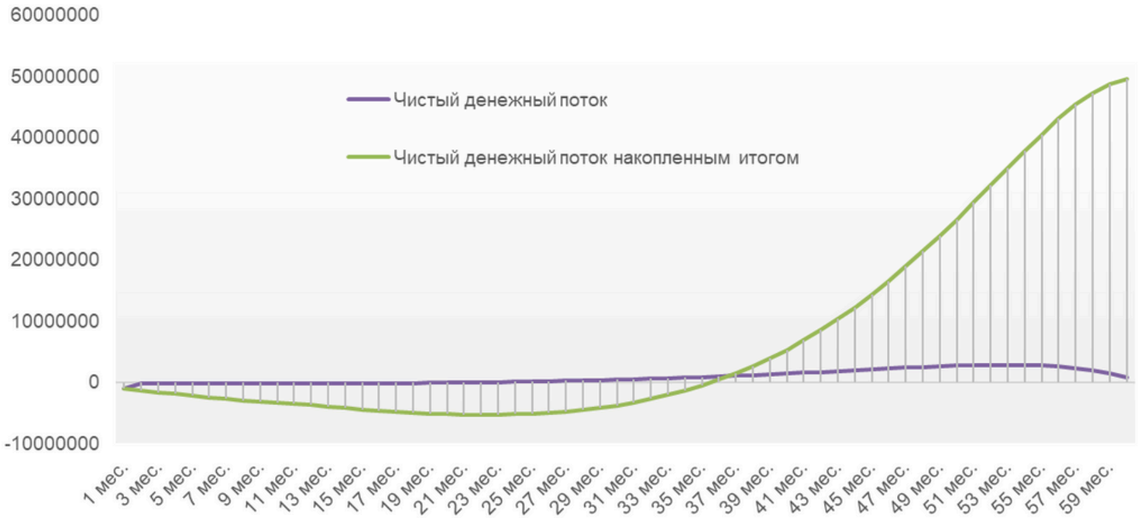
Структура затрат из бизнес-модели

Инвестиционные, постоянные и переменные расходы

Доходы и расходы проекта



Окупаемость проекта



Выручка за 1-3 год

- 1-й год: 223 тыс.
- 2-й год: 700 тыс.
- 3-й год: 2,2 млн

Прогноз показывает **рост выручки в 10 раз** за 3 года.

ПЛАН РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА

1 год — исследование и подготовка (2025–2026)

- Конкурентный анализ и формирование УТП.
- Потребительское тестирование и уточнение бюджета.
- Разработка маркетинговой и операционной стратегии.
- Запуск опытной партии (**октябрь 2026**).

2 год — выход на рынок и масштабирование (2027)

- Старт основного производства и запуск коммерческих продаж (**февраль 2027**).
- Активное продвижение продукта: блогеры, трейд-маркетинг, цифровые кампании.
- Постоянный анализ метрик продаж и поведения потребителей.

3 год — рост и развитие (2028)

- Расширение продуктовой линейки.
- Рост доли рынка через партнёрства и новые каналы.
- Оптимизация процессов и повышение рентабельности.

КОМАНДА ПРОЕКТА

Необходимые роли в проекте	Обоснование, краткое описание функций
Маркетолог	Анализ рынка, продвижение продукта, исследование потребительского спроса, ведение телеграм-канала.
Экономист	Расчет себестоимости, финансовое планирование, анализ рентабельности, составление бизнес-плана и бюджетов.
Технолог	Разработка технологических процессов, контроль качества продукции, оптимизация производственных операций.
Инженер	Проектирование оборудования, внедрение технических решений, обеспечение безопасности производства.
Руководитель проекта	Координация работы команды, контроль сроков и бюджета, коммуникация с заказчиком, управление рисками.
Лаборант	Проведение лабораторных испытаний, контроль сырья и готовой продукции, ведение документации по качеству.
Логист	Организация поставок сырья и распределения продукции, управление складскими запасами, оптимизация цепочек поставок.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



Елена
lena.rusanova.04@mail.ru

Рената
kuchuova2003@mail.ru