

ЭКОНЕКТАР

«СИЛА ЛЕСА В КАЖДОЙ БУТЫЛКЕ»

Алексеева Екатерина
Леденева Юлия
Ковалева Полина
Попова Карина

ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный
университет имени М. В. Ломоносова»
Гр. 131425

Руководитель Попкова Ирина Андреевна

ПРОБЛЕМА

75 %

РОССИЯН
УПОТРЕБЛЯЕТ
СЛАДКУЮ ГАЗИРОВКУ

184

ТЫСЯЧИ ЧЕЛОВЕК
ПОГИБАЕТ ЕЖЕГОДНО
ОТ ЗАБОЛЕВАНИЙ,
ВЫЗВАННЫХ
УПОТРЕБЛЕНИЕМ
ГАЗИРОВОК

2 М

НОВЫХ СЛУЧАЕВ
ДИАБЕТА 2-ГО ТИПА
ЕЖЕГОДНОЙ

1 М

НОВЫХ СЛУЧАЕВ
БОЛЕЗНЕЙ СЕРДЦА
ЕЖЕГОДНО

КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕННОСТИ



ПРОЗРАЧНОСТЬ



АУТЕНТИЧНОСТИ

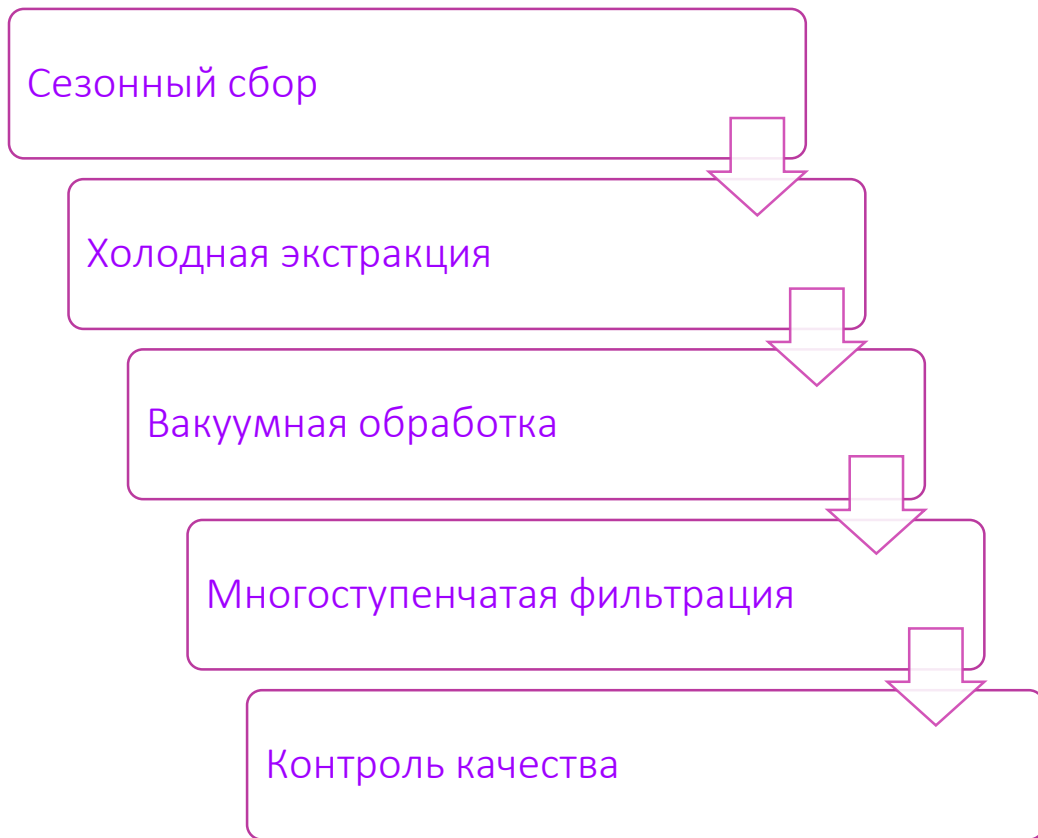


ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ



РЕГИОНАЛЬНАЯ
ОСОБЕННОСТЬ

Ключевые этапы производства и результат



Максимальная
концентрация **полезных**
веществ

Натуральный вкус лесных
даров

Длительный
срок хранения без
консервантов

Полная
сохранность витаминного
состава

НАШ «СЕКРЕТНЫЙ СОУС»

ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА

- Процесс начинается с тщательного отбора ингредиентов, которые проходят бережную очистку и вакуумную обработку для максимального сохранения витаминов и микроэлементов.
- В ходе производства применяется мягкая пастеризация при оптимальной температуре 63–65°C, что позволяет уничтожить патогенные микроорганизмы без разрушения полезных веществ.
- Особое внимание уделяется системе сохранения полезных свойств: используются криогенная обработка компонентов и ферментативная стабилизация натуральных веществ.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ (КРІ)

- Объём продаж, средний чек и частота повторных покупок;
- Рейтинг и отзывы на маркетплейсах;
- Конверсия из просмотра в покупку;
- Стоимость привлечения клиента (сac);
- Маржинальность по категориям продукции;
- Охват аудитории через маркетинговые каналы.

ПОТРЕБИТЕЛИ

- B2B – сегмент (рестораны, санатории, торговые сети);
- B2C – сегмент (онлайн-продажи, розничные точки)

ЭТАП 1. Подготовительный (февраль – апрель 2026 г.).

Цели: отработка продукта, формирование базы поставщиков, подготовка к запуску.

ЭТАП 2. Пилотный запуск (май – июнь 2026 г.).

Цели: проверка спроса, отработка логистики, сбор обратной связи.

ЭТАП 3. Рост (июль – ноябрь 2026 г.).

Цели: увеличение доли рынка, расширение ассортимента, повышение узнаваемости.

ЭТАП 4. Масштабирование (декабрь 2026 г. – ноябрь 2027 г.).

Цели: федеральное присутствие, увеличение маржи, выход в премиум-сегмент.



ПЛАН ВЫХОДА НА РЫНОК и МАСШТАБИРОВАНИЯ

Параметр	ЭкоНектар	SPACE COMPANY	WHITE WATERS
Ценовой сегмент	Средний	Средний / премиум	Средний
Уникальность рецептур	○ Комбинация дикорастущих ягод с берёзовым и кленовым соками ○ Применение современных методов обработки для сохранения витаминов	○ Натуральные ингредиенты без искусственных добавок; ○ Оригинальные сочетания (черноплодная рябина с барбарисом, фиолетовые цветы).	○ Натуральная ферментация; ○ Различные вкусовые вариации; ○ Полезные свойства напитка;
Дизайн упаковки	Биоразлагаемые материалы для упаковки, Минималистичный дизайн с природными мотивами	Современный, яркий	Экологичный стиль, акцент на натуральности
Дистрибуция	Онлайн-продажи с доставкой, Прямые поставки в премиальные магазины, фитнес-центры	Онлайн-продажи через сайт и маркетплейсы	Фитнес-центры, йога-студии, онлайн-магазины
Маркетинг	Социальные сети, коллаборации с инфлюенсерами, участие в эко-фестивалях и выставках, программа лояльности	Активное присутствие в соцсетях, акцент на натуральности и качестве	Продвижение через ЗОЖ-блогеров
Минусы	Еще не вышли на производство	Короткий срок хранения некоторых позиций, отсутствие системы скидок, ограниченный ассортимент	Слабая представленность в социальных сетях, недостаточная узнаваемость бренда

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Параметр	ЭкоНектар	RAWISH	WILD SODA
Ценовой сегмент	Средний	Премиум	Средний / премиум
Уникальность рецептур	- Комбинация дикорастущих ягод с берёзовым и кленовым соками - Применение современных методов обработки для сохранения витаминов	- CO₂-экстракты вместо искусственных ароматизаторов; - Комбуча на основе тайваньского улуна премиум-класса.	- Натуральные ингредиенты; - Уникальные вкусовые сочетания;
Дизайн упаковки	Биоразлагаемые материалы для упаковки, Минималистичный дизайн с природными мотивами	Стильные стеклянные бутылки темного цвета, Современный минималистичный дизайн	Яркий современный дизайн
Дистрибуция	Онлайн-продажи с доставкой, Прямые поставки в премиальные магазины, фитнес-центры	Собственный сайт, специализированные магазины	Онлайн-продажи, фитнес-центры
Маркетинг	Социальные сети, коллаборации с инфлюенсерами, участие в эко-фестивалях и выставках, программа лояльности	Сотрудничество с барной индустрией	Активное присутствие в соцсетях, коллаборации с блогерами, программы лояльности
Минусы	Еще не вышли на производство	Сложности с дистрибуцией, завышенные цены при среднем качестве	Ограниченный ассортимент, отсутствие лояльности потребителей

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ



ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА НА РЫНКЕ:

- Натуральность и отсутствие консервантов;
- Экологичная упаковка;
- Современный дизайн.



СВОБОДНЫЕ НИШИ ДЛЯ ВХОДА:

- Средний ценовой сегмент с выраженным северным колоритом;
- Напитки с редкой северной ягодой (морошка, княженика, водяника)

ПОКАЗАТЕЛЬ	ГОД 0	ГОД 1	ГОД 2	ГОД 3
Клиенты (активные тыс. чел.)	0	5	20	50
Средняя выручка на клиента в год, руб.	—	3 000,00	4 500,00	6 000,00
Выручка (млн. руб.)	0	15	90	300
Валовая маржа*, %	—	60	65	70
Операционные расходы, млн. руб.	10	20	50	100
Чистая прибыль, млн. руб.	-10	-5	+40	+200

*Валовая маржа (%) - это доход, который остаётся после вычета себестоимости проданных единиц продукции.

ФИНАНСОВЫЙ ПРОГНОЗ



ТЕКУЩИЙ : СТАТУС

Startup находится в стадии разработки: созданы уникальные рецептуры напитков из северных ягод и трав, проведён анализ рынка и конкурентов. Разработана технологическая карта производства, сформирована концепция бренда.

Команда выполнила предварительный расчёт себестоимости, определила основные статьи затрат и сформировала модель ценообразования.

Юлия Леденева



Лидер

Карина Попова



Дизайнер

Полина Ковалева



Продакт-менеджер

Екатерина Алексеева



Маркетолог

КОМАНДА

РУКОВОДИТЕЛЬ
Попкова Ирина Андреевна



ЭКОНЕКТАР

ВКУС. СЕВЕР. ЗДОРОВЬЕ.

Почта ledenyova-iul@yandex.ru

Телефон +7(996)502-60-69