

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ДЕПАРТАМЕНТ НАУКИ І ОСВІТИ
ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗВИТКУ
У СФЕРІ ХАРЧОВИХ ВИРОБНИЦТВ,
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ,
ЕКОНОМІКИ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА:
НАУКОВІ ПОШУКИ МОЛОДІ

*Тези доповідей
всеукраїнської науково-практичної конференції
молодих учених і студентів*

У двох частинах

Частина 1

26 березня 2014 р.

Харків
ХДУХТ
2014

УДК 640.43.001.76
ББК 65.431-55
1-66

Редакційна колегія:

О.І. Черевко, д-р техн. наук, проф. (відпов. редактор); В.М. Михайлов, д-р техн. наук, проф. (заст. відпов. редактора); М.П. Головка, д-р техн. наук, проф.; О.О. Гринченко, д-р техн. наук, проф.; Г.В. Дейниченко, д-р техн. наук, проф.; А.А. Дубініна, канд. техн. наук, проф.; Н.В. Дуденко, д-р мед. наук, проф.; В.В. Євлаш, д-р техн. наук, проф.; Л.В. Кіттела, д-р техн. наук, проф.; Л.М. Крайнюк, канд. техн. наук, проф.; Г.М. Лисюк, д-р техн. наук, проф.; Л.П. Малюк, д-р техн. наук, проф.; Р.Ю. Павлюк, д-р техн. наук, проф.; Ф.В. Перцевой, д-р техн. наук, проф.; П.П. Пивоваров, д-р техн. наук, проф.; М.І. Погожих, д-р техн. наук, проф.; В.О. Потапов, д-р техн. наук, проф.; М.С. Синєков, д-р техн. наук, проф.; Ю.М. Тормосов, д-р техн. наук, проф.; О.І. Торяник, д-р хім. наук, проф.; М.О. Середенко, керівник видавничого відділу.

Рекомендовано до видання вченою радою ХДУХТ, протокол № 7 від 26.02.14 р.

Інноваційні технології розвитку у сфері харчових виробництв, готельно-ресторанного бізнесу, економіки та підприємництва: наукові пошуки молоді : всеукраїнська науково-практична конференція молодих учених і студентів, 26 березня 2014 р. : [тези у 2-х ч.] / редкол. : О. І. Черевко [та ін.]. – Харків : ХДУХТ, 2014. – Ч. 1. – 469, [VII] с. ISBN

Перша частина містить тези доповідей з інноваційних технологій продуктів харчування, нанотехнологій та біотехнологій оздоровчих продуктів, удосконалення процесів, апаратів харчових виробництв і холодильної техніки, товарознавства та управління якістю. Розглянуто результати фундаментальних досліджень у галузі фізики, хімії, математики та механіки. Велику увагу приділено проблемам екології та охорони праці, упровадженню новітніх інформаційних технологій.

Збірник розраховано на наукових та практичних працівників, викладачів вищої школи, аспірантів, магістрантів та студентів вищих навчальних закладів, що здійснюють підготовку фахівців для харчової та переробної промисловості, торгівлі, ресторанного, готельного та туристичного господарства, економіки та підприємництва, митних, податкових і економічних служб, фінансових установ.

УДК 640.43.001.76
ББК 65.431-55

Видається в авторській редакції

© Харківський державний
університет харчування
та торгівлі, 2014

ISBN

АНАЛІЗ РИНКУ СНЕКІВ

Валевська Л.О., канд. техн. наук, асист.
Одеська національна академія харчових технологій

Термін «снек» з'явився на українському продовольчому ринку недавно і походить від англійського слова snack – «легка закуска», продукт для швидкого втамовування голоду. Асоціація виробників снеків була утворена 1937 р., а сьогодні до неї належить більше 800 компаній. Асоціація об'єднує виробників картопляних і кукурудзяних чипсів, сирних і м'ясних снеків, мюслів, соломки, печива, хрустків пластівців, горішків, сухофруктів.

За останні десять років споживання снеків на Україні зросло у декілька разів. Також збільшилася кількість торгових марок, як іноземних, так і вітчизняних, представлених на українському ринку. Нині виробництвом снеків в Україні займаються сотні компаній.

Всі снеки можна поділити на солодкі та несолодкі (класичні, натуральні, борошняні, морські та інші).

Снеки можна класифікувати за походженням продукту або сировини для його отримання перш за все враховуються ступінь натуральності продукту і ступінь промислової обробки), а також за способом вживання.

Згідно з даними компанії «АВК», на сучасному українському ринку снеків близько 80 % охоплюють такі виробники та компанії: «АВК» (ТМ «Мікс»), «Бриджтаун Фудс» (ТМ Chip&Go, «Три корочки»), Дніпропетровський КПК (ТМ «Золоте Зерно»), «Крафт Фудз» (ТМ «Люкс», Gezeos), «Марком-С», «Снек-експорт» (ТМ «Козацька розвага»), «Меридіан Плюс» (ТМ «Клинское»), «Сибирський Берег» («Кириешки», «Комапшки», «Бомбастер»), «Техніком» (ТМ «Бім-бім»), «Фактор» (ТМ «Флінт»).

Структура українського ринку, за даними компанії «Анастасія-Т», поділяється так: сухарики займають 30 %, фасовані горішки – 25 %, чіпси – 20 %, морепродукти – 20 %, мікси – 3%, інші види – 2%.

Рейтинг снеків, на думку спеціалістів, має такий вигляд: картопляні чіпси та горішки регулярно купують або споживають майже четверо з п'яти дорослих споживачів; солоні крекери та сухарики – приблизно кожен другий; екструзійні та сушені морепродукти – приблизно двоє з п'яти.

За результатами проведених досліджень встановлено, що український ринок снеків досить молодий і прямо залежить від зростання доходів населення і збільшення витрат на продукти харчування.