

Star Brands

група компаній, яка за 30 років розвитку об'єднала в собі бізнеси, що рухають економіку України вперед

Позиціонування

[Star Brands](#) — група компаній, які займають провідні позиції на ринках продуктів харчування та гігієни у напрямках виробництва, продажу, дистрибуції та логістики. Виробник і дистриб'ютор високоякісних снєків, круп, борошна, консервованих та бакалійних продуктів, чаїв, соусів, а також засобів гігієни на території України та багатьох країн світу під такими відомими брендами, як: **«Хуторок»**, **La Pasta**, **Flint**, **Chipster's**, **«Сан Санич»**, **BIG BOB** (всього більше 25 активних власних брендів у портфелі). Нині продукція Star Brands представлена в державах Центральної Азії, Балтії, в Молдові, Польщі, Чехії, Румунії, Німеччині, Канаді, Великій Британії, Нідерландах і багатьох інших країнах (загалом понад 30 активних ринків станом на 2025 рік).

Група компаній Star Brands була заснована у 1995 році в Дніпрі Іваном та Ларисою Омельченками. Бізнес стартував у сфері роздрібних продажів товарів народного вжитку, але вже на початку 2000-х засновники вирішили самостійно виробляти продукцію. Одні з перших в Україні почали фасувати цукор і крупи, а в 2002 році – одні з перших запустили виробництво арахісу зі смаковими добавками та фасованого насіння. Тоді ж з'явився і культовий бренд сухариків Flint.

Логістичний бізнес було започатковано в 2003 році, після деяких змін у 2014-му він отримав назву Eurogrouptrans. Також 2003 року свій початок бере легендарний бренд фасованого борошна та круп «Хуторок».

Із 2006 року в місті Алмати (Казахстан) запрацювало азієське представництво, яке сьогодні вже є самостійною компанією-партнером під назвою Star Brands Asia.

У 2014 році відбулися значні зміни в бізнесі, підсумком яких стало заснування групи компаній Snack Production та створення нині відомих брендів «Сан Санич» і Chipster's.

У 2022 році всі бізнес-напрями зросли і відбувся ребрендинг групи компаній Snack Production, тож тепер вона сяє з новою назвою — Star Brands ([Snack Production](#) став окремим бізнес-напрямом).

Star Brands знайшла своє відображення у **п'яти цінностях**:

1. **Розвиток** — основою розвитку групи компаній є пошук нових сфер і досягнення нових результатів у них. Тут поділяють прагнення кожного співробітника до навчання, отримання нового досвіду та розвитку особистості.
2. **Командність** — тут вірять, що результат командної роботи завжди вище за персональні показники: «Все, що ми робимо, ми створюємо разом».
3. **Лідерство** — тут створюють і розвивають бренди з метою зробити їх справжніми зірками. Завдання групи компаній як лідера — взяти відповідальність за результат і зберегти потенціал розвитку людських ресурсів.
4. **Довіра та повага** — у компаніях поважають кожного, тому що всі працюють для досягнення спільних цілей. Важливим є вибудовування професійної взаємодії, довгострокових і чесних взаємовідносин всередині компаній, із партнерами та споживачами.
5. **Максимальна ефективність** — велика команда працює за формулою, де максимальна ефективність трактується як досягнення та перевиконання поставлених цілей за оптимального використання ресурсів.

На сьогодні Star Brands **складається з таких бізнес-напрямів**: Food Sales, Eurogrouptrans, Snack Production, Star Brands Asia.

[Snack Production](#) є одним із найбільших сучасних об'єднань торгово-виробничих підприємств снекової галузі в Україні, яке випускає такі зіркові бренди, як насіння «Сан Саніч», сухарики, грінки та багет Flint, арахіс, кукурудза, горіхи та попкорн BIG BOB, чипси та картопляна соломка Chipster's, рибні снеки «Морські», чипси Hroom, закуски «До Бочкового».

Завдяки сучасним технологіям виробництва бренди компаній займають перші позиції в більшості сегментів ринку України й деяких експортних. У виробництві використовується лише натуральна сировина, якість якої, як і продукту, безперервно контролюється.

Snack Production активно розвивала виробничу базу і, окрім зосереджених на Дніпровщині виробничих підприємств «Клуб Чіпсів» і

«Снек Продакшн», у 2025 році також запустила нову зірку — завод із виробництва натуральних чипсів у Львівській області.

Бізнес-напрямок **Food Sales** входить до трійки лідерів українського ринку серед виробників і дистриб'юторів товарів народного споживання. Компанія співпрацює з 15 відомими брендами, що представлені по всій території України: товари народного споживання «Хуторок» і «Хуторок Панський», La Pasta Per Primi та La Pasta Per Primi Perfetto, рибна консервація «Морські», крупи «Золотий Врожай», плодово-овочева консервація та натуральні соки The Banka, продукти здорового харчування Fitto light, засоби гігієни SoHo, товари для дому та гігієни Zeffir, кондитерські вироби Frumi, м'ясні снеки La Fileshka, чай Magic Moon, соєві соуси Kitto, товари для дому Flow.

Food Sales має партнерів із власними виробничими майданчиками повного циклу з переробки зернових культур і комплекси з фасування борошна, цукру, круп власного виробництва та іншої продукції.

На сьогодні Food Sales активно покращує свою бізнес-модель і відкриває нові виробничі майданчики, серед яких власний млин і макаронна фабрика Star Grocery на Київщині та плодово-овочевий комбінат «Волинь».

Eurogrouptrans — офіційний партнер Star Brands із логістичних перевезень. Компанія має в автопарку різні види автомобільної техніки та дотримується сучасного підходу до управління бізнес-процесами. Це дає можливість надавати на ринку України транспортні послуги найвищої якості, реалізовувати своєчасно доставку продукції з виробництв до торгових точок, гарантувати безпеку транспортних засобів, збереження вантажів і швидке проходження митних процедур.

Star Brands Asia займається виробництвом і дистрибуцією продуктів і є офіційним представництвом Star Brands у країнах Середньої Азії, а саме Казахстану, Узбекистану, Киргизстану, Таджикистану та Монголії. Star Brands Asia випускає такі зіркові бренди: лінійка сухариків Flint, чипсова лінійка сленг Grizzly, кондитерські вироби Frumi, пелетні чипси та чипси-пластинки Hroom, арахіс, фісташка, ядро BIG BOB.

Група компаній Star Brands активно вдосконалює себе та свою продукцію, щороку відкриває нові ринки, тому перебуває в постійному пошуку амбітних і надійних партнерів по всьому світу.

Про Star Brands у деталях

Star Brands — група компаній, що займають топові позиції на ринках, у напрямках виробництва та продажу продуктів харчування, гігієни, дистрибуції, логістики. Виробник і дистриб'ютор високоякісних снєків, круп, борошна, консервованих, інших бакалійних продуктів, засобів гігієни на території України та в багатьох країнах світу.

Історія

Група компаній Star Brands була заснована у 1995 році в Дніпрі Іваном та Ларисою Омельченками. Спершу працювала у сфері роздрібних продажів товарів народного вжитку, але вже на початку 2000-х засновники вирішили самостійно виробляти продукцію.

Так вперше в Україні було запущене виробництво фасованого арахісу та насіння, у 2002 році з'явився бренд сухариків Flint, а в 2003-му компанія вийшла на ринок бакалійної продукції під брендом «Хуторок». Паралельно з цим розпочала роботу логістична компанія Eurogrouptrans.

З 2006 року в Дніпропетровській області було сформовано власний великий комплекс підприємств для повного циклу виробництва товарів і нарощування їхніх об'ємів.

Того ж року почало роботу офіційне міжнародне представництво Star Brands Asia, яке займається виробництвом та дистрибуцією продуктів в країнах середньої Азії.

У 2006–2014 роках група компаній активно розвивала виробництво снєків і макаронних виробів.

У 2014 році відбулася трансформація бізнесу й основним стратегічним пріоритетом групи компаній стало не лише утримання топових позицій на ринку солоних снєків, а й створення нових брендів задля досягнення впевненого лідерства в цьому сегменті ринку. В цей час було створено такі нові бренди продукції, як «Сан Саніч», Chipster's, BIG BOB, а група компаній отримала свою нову назву — Snack Production.

З початком повномасштабної війни власники переглянули бізнес-моделі, що стало поштовхом для створення оновленого корпоративного бренду — Star Brands (Snack Production став окремим великим бізнесом, що зосереджений на снєковій продукції).

«За тридцятиріччя існування бізнес і окремі бренди пройшли декілька великих етапів трансформації. Останнім часом відбувся процес

корпоративного ребрендингу: переосмислення суті бізнесу, його цінностей, ідей, напрямків, деяких команд. Тому було б некоректно говорити, що досі ми були невідомі: всі 30 років група компаній розвивалася, запалюючи нові зіркові бренди, яким довіряють українці, й сьогодні вона носить назву *Star Brands Group*», — пояснює директор зі стратегічного маркетингу Star Brands Group Євген Разуваєв.

Група компаній Star Brands об'єднала в собі бізнеси, які рухають економіку країни вперед, випускають та поставляють продукцію, що відповідає усім світовим стандартам, на десятки ринків у різних частинах світу.

Сьогодні група співпрацює з усіма провідними національними ритейлерами: АТБ, Сільпо, Fozzy, Ашан, Метро, Varus, Novus тощо, а також активно розвиває продажі у європейських мережах, включно з Lidl, Kaufland, Carrefour, Zabka та іншими. Продукція Star Brands представлена в більш ніж 1280 населених пунктах України.

Відео [про Star Brands](#)

Бізія Star Brands

Star Brands Group — це команда, яка постійно генерує внутрішню енергію для пошуку нових можливостей, які разом перетворює на продукти (проекти, сервіси, бренди) та прагне досягати в цьому зіркових результатів. Команді подобається задовольняти потреби клієнтів, робити їх своїми прихильниками та залучати до співпраці.

А вже задоволення від цих продуктів, командної роботи, партнерства та зіркових результатів надихає кожного та наповнює новою хвилею енергії. Все, що створюють компанії Star Brands, наповнене енергією та позитивом.

Більшість людей, залучених до Star Brands, працює довготривало, середній стаж роботи — близько дев'яти років. Є багато кейсів кар'єрного зростання — від звичайного працівника до топа й горизонтальний ріст, а керівництво завжди відкрите до нових ідей.

Чому клієнти й партнери обирають саме ці бренди та співпрацю з ними: через лідерство (прогнозовані, давно на ринку); надійність та впевненість (своїми брендами розвивають бізнес партнерів); високообертний товар (будуть мати продажі, якісний продукт, добробут).

Факти про становлення Star Brands Group

(коментарі директора зі стратегічного маркетингу Star Brands Group Євгена Разуваєва)

Перший продукт або бренд, із якого почався активний розвиток групи компаній?

«Фасовані солоні горішки — бренд з'явився у 2001 році з ідеї представити в Україні саме український продукт лінійки снєків, в якій на той час, на жаль, домінували імпорتنі продукти.. Нині він не входить в портфель Star Brands, але фактично саме з нього починалися періоди ринкового розвитку брендів групи компаній.

Уже в наступні роки команді вдалося створити й розвивати низку потужних національних брендів (наприклад, сухарики Flint), які за декілька років витіснили з ринку неукраїнські продукти в категорії снєків і сяють по сьогодні. Відтоді група розвиває свою частку ринку в категорії солоних снєків, продовжує запускати нові продукти, бренди, концепти, ідеї, комунікацію та закріплювати за собою це беззаперечне лідерство».

Які періоди розвитку були найбільш переломними в історії групи компаній?

«2001–2005 і 2014–2015 роки можна вважати періодами експоненціального зростання бізнесу групи компаній. Йдеться не просто про появу нових брендів, які захопили мільйони сердець, а про створення нових команд і виробництв, що десятиліттями розвивали бізнес та економіку України.

Наприклад, зірковий бренд Flint (2002 рік) виріс на базі хлібокомбінату в місті Синельникове Дніпропетровської області: спершу це був скромний завод, який розрісся у потужне виробництво з власним хлібопекарським цехом. Роками розвивалися технології, з'являлися нові люди та ідеї, лінійки й смаки, які так полюбилися українцям.

Так само «Хуторок» (2003 рік) — це виробничий комбінат, млин і макаронна фабрика, що нині розташовані під столицею. За ними — так само унікальна історія про те, як із небрендованого борошна на вагу, яке продавали на дніпровських ринках у 90-х, усе переросло у велике виробниче підприємство, що реалізовує якісну продукцію на український та експортні ринки. І тут, до речі, розвію міфи про те, що сухарики, які їдять зокрема й діти, відходять від теми хлібного виробництва. Це не так, бо весь хліб, який використовується для цих та інших хлібних снєків, випікається самостійно на хлібокомбінаті (входить до складу Snack Production, який зі свого боку є частиною групи компаній Star Brands). Потім, відповідно, його нарізають,

сушать, дражують, фасують. Тобто, це повний цикл виробництва сертифікованої української продукції.

У жовтні 2014 року фактично з нуля в місті Павлоград на Дніпропетровщині постало абсолютно нове виробництво смаженого насіння та чипсів картопляних, з'явилися бренди CHIPSTER'S та Hroom. Того ж року з'явилося насіння «Сан Санич», наступного — арахіс солоний і арахіс в хрусткій оболонці BIG BOB. Усі вони протягом кількох років зайняли лідерські позиції на ринку кожен у своїй суперконкурентній категорії.

І ось чому сьогодні ми говоримо про Star Brands: тому що в центрі нашої філософії стоять саме зіркові бренди, які засяяли завдяки поєднанню людської думки, таланту, ідеї, а також виробничих технологій, логістики, продажів і багатьох інших функцій, які стоять за кожним продуктом.

Врешті ще одним рушійним моментом для всього бізнесу стала весна 2022 року — після періоду потрясіння й невизначеності, який зачепив кожного в країні, відбулося переосмислення бізнес-процесів і цінностей. Так з'явився оновлений корпоративний бренд групи компаній — Star Brands».

Повномасштабна війна: втрати складів і людей, диверсифікація і допомога

Знищення заводу на Херсонщині

У 2020 році група компаній придбала майданчик колишнього комбінату на березі Дніпра під Херсоном. Там встановили виробниче обладнання для запуску плодоовочеконсервного виробництва. І вже 2021 року досягли рекордних об'ємів виробництва за весь час існування комбінату. Проте, з самого початку повномасштабного російського вторгнення ця територія опинилася в окупації й на сьогодні там тривають активні бойові дії. Протягом певного періоду, коли дозволяла безпекова ситуація, команди намагалися вивозити виробниче обладнання, буквально запчастинами. Згодом Star Brands релокувала завод на Волинь.

«Це було стратегічне рішення на тлі тих викликів, які постали перед бізнесом. Менеджмент Food Sales підготував декілька проєктів, які розглянули на наглядовій раді й затвердили саме цей. Відповідно, було закуплено нові виробничі потужності й так у Луцьку з'явився виробник плодоовочевих продуктів і напоїв ТОВ «ПЛОДООВОЧЕВИЙ КОМБІНАТ «ВОЛИНЬ». Словом, Star Brands не відступила від своїх цінностей. Ми вирішили, що продовжуємо інвестувати саме в українську економіку:

будувати українське виробництво, залучати українців на роботу, випускати українські продукти під українськими брендами і не тільки для нашої країни, а й для інших ринків», — розповів Євген Разуваєв.

Влучання в склади

Більшість виробничих та складських потужностей Snack Production (компаній-партнерів у групі Star Brands) історично були розташовані на Дніпропетровщині, зокрема в Павлоградському та Синельниківському районах, які на сьогодні максимально наближені до кордонів Донеччини. Тому безпекова ситуація довкола виробництв одна з найкритичніших, найнебезпечніших.

Протягом перших років повномасштабного російського вторгнення прямих ворожих влучань у заводи не було. Проте постійно вони потерпали від уламків і вибухів, і щоразу реставрувалися.

23 квітня 2025 року, о 03:30 в місті Синельникове два ударні безпілотники країни-терориста безжально влучили в один із головних складів готової продукції компаній Snack Production і «Клуб Чіпсів» — надійних партнерів у групі Star Brands.

2 листопада 2025 року внаслідок чергової атаки «Шахедами» в Павлограді згорів склад ТОВ «Клуб Чіпсів».

«На жаль, вчора ворог продовжив наступ у своїй війні проти українських чіпсів і сухариків, о 14:30 був повністю знищений склад готової продукції та сировини в Павлограді розміром 11 000 кв. м», — написав тоді у Facebook співзасновник групи Іван Омельченко.

Рятувальники довго не могли розпочати ліквідацію наслідків ворожого удару, бо в небі ще кружляли «Шахеда». Ліквідація пожежі тривала всю ніч. За оцінками групи, було знищено продукції на понад 100 мільйонів гривень.

На щастя, минулося без жертв, бо, наголосив співзасновник Star Brands, на всіх підприємствах побудовані спеціальні укриття.

«Вважаю це сьогодні ключовим фактором збереження життів людей. Тому настійно рекомендую всім звертати увагу на цей фактор. Ми поза жодними сумнівами вистоїмо. Це питання лише ціни, яку доведеться заплатити... А ось особиста безпека – обов'язок кожного!», — зазначив Омельченко.

Після цих ударів група компаній переглянула логістику й систему ризик-менеджменту. Опісля насамперед подвола кількість складів (що дорожче, але знижує ризики) і почала планувати преміщення виробництва в безпечніші області.

Уже в грудні 2025 року на Львівщині запрацювало нове підприємство з виробництва натуральних картопляних чипсів під брендами Chipster's та «До Бочкового».

Евакуація співробітників і допомога ЗСУ

Група компаній приділила велику увагу порятунку своїх людей із небезпечних територій. Зокрема з Херсонщини, з Маріуполя (один із філіалів розташовувався навпроти центральної прохідної заводу ім. Ілліча).

Частина людей вирішила залишитися, з ними тримали зв'язок, допоки це було можливо. Компанії групи Star Brands піклувалися про допомогу співробітникам, які втратили житло чи рідних. Організовано забезпечення всім необхідним тих працівників, які приєдналися до лав тероборони та ЗСУ.

«Всередині групи компаній ми стикнулися з цим на всіх рівнях. За окупацією, евакуацією, бойовими діями стоїть дуже багато людських історій, зокрема й трагічних. Ми намагаємося опікуватися і військовослужбовцями, і ветеранами, і рідними наших Героїв... Тримаємо зв'язок із усіма нашими людьми, які перебувають на абсолютно різних напрямках, але з роками ця діяльність розширилася: намагаємося закривати запити про забезпечення потреб й інших воїнів, бригад», — розповів Євген Разуваєв.

Команди організовують різні збори на підтримку ЗСУ в межах ініціатив благодійного фонду «Україна на крилах надій», одним із співзасновників якого є Іван Омельченко (деталі за посиланням <https://uwh.com.ua/>). Одна з таких ініціатив — «Героям на зв'язок», до якої в цікавій формі було залучено споживачів продуктів Snack Production (<https://www.therembrands.com/uk/ukraineonthewingsofhope/>).

«А якщо говорити не про групу компаній, то є ще чимала частина допомоги, яка надходить персонально від співвласника Star Brands Івана Анатолійовича Омельченка. Саме на 30-річчя групи компаній було здійснено дуже велику закупівлю для воїнів на майже 30 мільйонів гривень. Тобто не з бізнесу, а з його з персональних коштів».

Виклики з логістикою і не лише

З 2022 року організація й запуск виробництв постали перед викликами ще й тому, що «поламалася» вся довоєнна логістика. Через втрату портів закупівля й доставка до України частини іноземного обладнання або ж сировини (наприклад, постачання арахісу з країн Південної Америки або Індійського субконтиненту) дуже затягнулося в часі. Ще одним викликом стало страйкування на кордоні.

Попри це, групі компаній вдалося швидко адаптуватися під нові умови діяльності й за короткий час зосередитися на активному розвитку не лише українського сегменту ринку, а й розвитку експортної діяльності.

«З війною дуже велика кількість українців перемістилися на територію інших країн. Тому за останні кілька років ми активно розвивали зовнішньоекономічну діяльність, тобто експортні продажі наших брендів за кордон. Починали з дуже лояльної аудиторії українців, які знають наші бренди, люблять і звикли до наших продуктів. Нині ж їх купують не тільки українці».

На період повномасштабного російського вторгнення припало й розширення бренду La Pasta, який є лідером у категорії макаронних виробів твердих сортів.

«Щоб забезпечити відповідну якість продукту ТОВ «СТАР ГРОСЕРІ» зробила все, щоб залучити найкраще італійське обладнання й технології. Щоправда, фахівці трошки побоюлися фізично приїхати в Україну, в місто під Києвом. Тому ми через відеозв'язок консультувалися з італійцями щодо того, як правильно запускати і як правильно виробляти ці макаронні вироби з твердих сортів на території українського виробництва, але з італійськими обладнанням, технологіями, за італійськими традиціями».

Які принципи та цінності залишилися незмінними протягом трьох десятиліть існування групи компаній?

«Командність — можливість і культура діяти не одноосібно, а саме командами, працювати, шукати оптимальні рішення. Командність дає можливість напрацьовувати більше варіантів вирішення тих чи інших питань і генерувати більше ідей. З іншого боку, серед команд багатьох компаній є люди, які стали взірцем командності, бо мають досвід роботи всередині групи по 15, 20, 25 років. Для співробітників у нас створюються кращі умови праці, розвитку й підтримки в різних життєвих обставинах. Люди в Star Brands залишаються згуртованими через те, що така культура

формувалася й передавалася всередині компаній десятиліттями. Думаю, це одна з найсильніших сторін Star Brands.

У контексті війни й з точки зору бізнес-культури нашої групи, це вкотре доводить, що тільки спільно ми можемо дійсно бути справжньою силою, яка через свій досвід, різноманітність думок і швидкість ухвалення рішень може мати перевагу над будь-чим більшим, потужнішим і злішим, над будь-якими викликами. Досвід розвитку команд і командності всередині групи компаній за 30 років десятки разів підкреслював і підтверджував саме цей факт української сили.

І, звісно ж, нас тримає віра в Україну, що закладено у формулюванні місії Star Brands. Повномасштабна війна — це дуже страшний і дуже серйозний виклик для людини, для бізнесу. На жаль, він тягнеться довше, ніж, чесно кажучи, багато хто з нас думав на початку 2022 року. Але оглянімося назад і просто згадаємо, що це були за 30 років в історії та економіці України. Це були постійні виклики: фінансові кризи, революції, десятки штамів грипу (від курячого до свинячого), пандемія. Наш бізнес за цей час пережив прощання з одними зірковими брендами і створення з нуля інших, які ми за пів року чи рік робили лідерами у своїх категоріях.

Попри це, група компаній розвивається, інвестиції в українську економіку продовжуються, нові продукти запускаються, бізнес зростає, експорт збільшується, кількість проєктів і якість продуктів безперервно покращується. Наші люди бачать цю віру, силу, лідерство, впевненість і залишаються з нами, розвивають країну».

Яким Ви бачите ринок FMCG України після перемоги — і місце Star Brands у ньому?

«Важливо зазначити, що Star Brands — це український бізнес. Можливо, він міг би розвиватися швидше завдяки додатковим інвестиціям, інвесткомпаніям, іноземному капіталу, але з іншого боку це його велика перевага, над транснаціональними компаніями: бо ми всі разом, співвласник і засновник компанії дуже активно бере участь у стратегічній, подекуди й операційній діяльності.

Коли говоримо про перспективи і про погляд у майбутнє, горизонти різні, бо зараз з плануванням трошки складніше, ніж це було чотири-п'ять років тому. У нас немає п'ятирічних планів, але є візія того, куди, на погляд фаундерів і менеджменту, Star Brands має рухатися для того, щоб витримувати темпи розвитку. Глобально мета групи — стати наступним українським «юнікорном» на ринку харчування і нести українські смаки та українську якість далі по світу.

На сьогодні український ринок скоротився в більшості категорій приблизно на 25% від довоєнних обсягів в натуральному вимірі: території, людей, споживачів стало менше, має місце інфляція. Як виробники FMCG ми розуміємо, що маємо продовжувати максимально підтримувати українську економіку і людей, і не плануємо зменшувати бізнес-діяльність на ринку України. Водночас розуміємо, що найближчий стратегічний потенціал можливості розвитку, це все ж таки зовнішньоекономічна діяльність. Тому ми так само розвиватимемо експорт із виробничих підприємств в Україні та, зокрема, бізнес-напрямок Star Brands Asia».

Важливо

Star Brands не є консолідованим холдингом чи вертикально інтегрованою групою. Це стратегічне партнерство незалежних компаній, поєднаних спільним баченням розвитку бізнесу, спільними цінностями та культурними підходами, спільними організаційними, виробничими, маркетинговими рішеннями, направленими на створення операційної та стратегічної синергії.

Основними підприємствами групи компаній є:

- ТОВ «Снек Продакшн», виробник солоних снеків
- ТОВ «Клуб Чіпсів», виробник солоних снеків
- ТОВ «ЄВРОГРУПТРАНС», транспортно-логістична компанія
- ТОВ «ПЛОДООВОЧЕВИЙ КОМБІНАТ «ВОЛИНЬ», виробник продуктів і напоїв
- ТОВ «ГЕЛІАНТ ТРЕЙД», дистриб'юторська компанія
- ТОВ «СТАР ГРОСЕРІ», виробник продуктів, бакалійних товарів.

Засновниками та співвласниками є [родина Омельченків](#).

Виторг (чистий дохід) компаній і консолідований виторг групи:

- 2024 рік — 6 017 437 192 грн
- перше півріччя 2024 року — 2 957 071 586 грн
- перше півріччя 2025 року — 3 715 397 800 грн

Експорт (снеки)

Food Sales:

- 2022 рік — 4 718 595 грн
- 2023 рік — 10 763 990 грн
- 2024 рік — 2 759 6024 грн

Snack Production:

- 2022 рік — 411 890 000 грн
- 2023 рік — 668 280 000 грн
- 2024 рік — 866 340 000 грн
- 2025 (10 міс.) рік — 885 730 000 грн

Середня кількість **штатних працівників** групи компаній за такі періоди:

- 2024 рік — 1089
- перше півріччя 2024 року — 1067
- перше півріччя 2025 року — 1272

«Назва Star Brands з'явилася з 2022 року, проте, оглядаючись назад, українці можуть зрозуміти, що знали наші бренди 20-25 років, і на них вирости цілі покоління. За ними стоять не просто назви, продукти, а смаки, відомі багатьом із дитинства: наприклад, млинці з борошна «Хуторок», які колись, можливо, вам готувала бабуся, сьогодні ви вже готуєте своїм дітям», — зазначає Євген Разуваєв.

Інвестиції та допомога армії:

- допомога Збройним силам України (2022–9 міс. 2025 рр.) — 236 132 994 грн
- загальна сума інвестицій у власні виробництва та українську економіку — 221 812 712 грн (2024 рік), 369 498 383 грн (перше півріччя 2025-го)
- сплачено податків — 189 771 569 грн (2024 рік), 82 008 669 (перше півріччя 2025-го).

У чому цінність Star Brands для України

1. Українці знають бренди, але не знають групу компаній.

На слуху — «Хуторок», Flint, La Pasta, «Морські», BIG BOB, «Сан Санич» та інші продукти, які багато років присутні на полицях супермаркетів. Але назва Star Brands почала фігурувати в публічному просторі нещодавно.

2. «Хуторок не підведе» — одна з найвідоміших рекламних фраз 2000-х.

Українці асоціюють низку популярних FMCG-продуктів із дитинством/домом/побутом, але не асоціюють їх із материнською компанією, як і рекламні слогани, що стали крилатими фразами: «Це повний тунець», «Пиво любить грінки» та багато інших.

3. Це 100% українські виробники.

Компанії розвивалися без західних інвестицій чи міжнародних корпорацій за спиною, будуючи ринок системно і довгостроково.

4. Створення українських мас-маркет брендів, що витримали і виграли конкуренцію з імпортом.

Це рідкісний випадок, коли локальні бренди стали національними лідерами, не повторивши долю багатьох українських марок, що спалахували і зникали.

5. Забезпечення країни базовими продовольчими продуктами.

Крупи, борошно, макарони, хлібопродукти, натуральні соки, консервація довгого зберігання та продукти швидкого приготування — це стратегічні категорії, особливо під час війни. Компанії з групи Star Brands — одні з тих виробників, які не зупинялися.

6. Великий внесок в економіку.

Фактично:

- десятки тисяч торгових точок у покритті;
- тисячі робочих місць у суміжних сферах;
- сотні мільйонів сплачених податків;
- інвестиції у виробничу інфраструктуру протягом десятиліть.

Цей бізнес входить до топ-202 найбільших приватних компаній України 2025 за версією Forbes, які реально тримали харчовий сектор країни «на плаву» й популяризували український продукт за кордоном.

7. Стійкість під час війни.

Росія пошкодила, знищила частину заводів складських приміщень та розподільчих центрів деякі виробництва чи філії опинилися в окупації. Проте Star Brands відбудувала пошкоджені потужності, проводить розосередження та диверсифікацію, перезапустила виробництва й зберегла ключові команди.

Це один із прикладів наймасштабнішого приватного відновлення виробничих потужностей у FMCG-секторі.

Унікальність Star Brands

Велика група компаній без великої публічності.

30 років ці компанії сяяли саме своїми брендами-лідерами, і це нетипово для ринку, де материнські корпорації завжди на першому плані.

Власні виробничі комплекси, а не аутсорс.

Star Brands — не «бренд-компанії», а виробники із повним циклом, що забезпечують контроль якості продукції, логістику тощо.

Здатність швидко відновити виробництва після ударів РФ.

Небагато компаній FMCG змогли втратити завод, перемістити його, встановити нові технології й запуститися в новому місці та вийти на попередні обсяги виробництва в умовах воєнного стану. Це свідчить про рівень управління, команду та фінансову стійкість.

Широка продуктова екосистема під одним дахом.

«Хуторок», Flint, La Pasta, «Сан Санич», Chipster's та інші бренди працюють у різних категоріях, але з однаковою стабільністю. Це ознака сильного портфельного менеджменту.

Довіра споживачів на рівні «домашнього стандарту».

Українці десятиліттями купують ці продукти не через стиль, а через звичку, стабільність і смак. Це одна з найскладніших форм довіри на FMCG-ринку.

Тобто Star Brands — це великий український виробничий бізнес, який 30 років створював бренди, що стали частиною українського побуту. Він будував власні заводи, формував ринок FMCG, витримав удари війни, релокував виробництва, відновив роботу і зберіг тисячі робочих місць. Унікальність Star Brands — у поєднанні стабільності, тяглості, здатності швидко відроджувати виробництва і створювати продукти, які українці впізнають із першого погляду.

Щоб дізнатися більше інформації про Star Brands,

телефонуйте або пишіть:

0 800 30 11 73, info-sb@starbrands.group