

УДК 637.13:005.936

ВИНИЦКАЯ А.С., студент

Научный руководитель **ЛЮБЕЦКИЙ П.Б.**

УО «Белорусская государственная орденов «Октябрьской революции и Трудового Красного Знамени» сельскохозяйственная академия», г. Горки, Республика Беларусь

АНАЛИЗ СРЕДСТВ ИНДИВИДУАЛИЗАЦИИ МОЛОКОЗАВОДОВ

Практика бизнеса в условиях рыночной экономики показала высокую эффективность технологии брендинга, важным инструментом которой являются средства индивидуализации – логотип, марочное название, товарный знак и фирменный стиль. Логотип играет огромную роль в узнаваемости компании и ее товаров, так как он является самым важным элементом фирменного стиля. В молочной промышленности Республики Беларусь активно внедряются технологии брендинга, и на сегодняшний день практически каждое предприятие отрасли имеет не менее одного логотипа, зарегистрированного в качестве товарного знака. Эффективность деятельности на рынке у предприятий отрасли существенно отличается и отчасти это обусловлено маркетинговыми характеристиками их фирменного стиля, товарных знаков, логотипов и марочных названий. Поэтому актуальными являются исследования композиционных характеристик средств индивидуализации молокоперерабатывающих предприятий.

Целью проведенного нами исследования является изучение смыслового содержания логотипов, которые используют молочные заводы в своей марочной политике, брендинге и коммуникационных мероприятиях. Объектом исследования выступил молочный рынок Республики Беларусь. Среди использованных методов исследования – наблюдение, контент-анализ, метод сравнения, метод аналогии, метод группировок, экономико-статистический, графологический, абстрактно-логический и др.

В ходе проведения исследования было установлено, что на территории Республики Беларусь на данный момент действует 37 молокоперерабатывающих предприятий. Многие логотипы содержат в себе сходные характеристики. При проведении нами исследования было выявлено, что присутствие синего цвета более 50% площади изображения логотипа наблюдается у 35,1%, а менее 50% – у 18,9%. Среди белорусских молокопроизводителей использует кувшин в своем логотипе 24,3%. Корова – источник молока, как продукта и как сырья для производства других молочных продуктов, поэтому на 10,8% логотипах изображена корова. Слово «молоко» или его производные в своем логотипе используют 32,4% предприятий. Далее было выявлено, что текст на русском языке использует 70,3% предприятий, на иностранном языке – 13,5% предприятий. И лишь 5,4% использует текст на белорусском языке. В Республике Беларусь 56,8% предприятий использует оригинальные по форме логотипы. Круглые и овальные логотипы используют 18,9%. Комбинированные – 18,9% предприятий. Квадратную форму логотипа использует лишь 1 предприятие КУП «Городской молочный завод №1».