

УДК 338.43:637.1

СЕНЧЕНКОВА А.Г., студент

Научный руководитель - **БОЛДЫРЕВА Л.Н.**, ст. преподаватель

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

БРЕНД ОАО «МОЛОКО»: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ

Введение. Агро-промышленный комплекс Республики Беларусь занимает особое место в народном хозяйстве, так как непосредственно связан с удовлетворением продовольственных потребностей населения. Значительная роль молочного подкомплекса определена высокой ценностью его конечной продукции в структуре питания населения. Молоко является источником полезных веществ, легко переваривается и хорошо усваивается организмом [1].

Материалы и методы исследований. Исходным материалом для исследования послужили данные годовых отчетов ОАО «Молоко», нормативно-справочных материалов, Национального статистического комитета Республики Беларусь, личные наблюдения и проведенные маркетинговые исследования.

В качестве основных методов нами использовались опрос, проведенный в форме анкетирования существующих и потенциальных потребителей молока и молочной продукции в городе Витебске, а также статистические и экономико-математические методы исследования.

Результаты исследований. ОАО «Молоко» – крупнейшее молокоперерабатывающее предприятие Витебской области. Изготавливает молочную продукцию из отборного, экологически чистого сырья. Продукция реализуется в фирменных магазинах в населенных пунктах Витебск, Шумилино, Лиозно, Яновичи, Городок, а также через торговые сети фирм-посредников.

В декабре 1996 года комбинат был реорганизован в новых условиях хозяйствования в ОАО «Молоко» г. Витебск. Доля государства в Уставном фонде составила 65,59% [2].

С 2010 года продукция предприятия поставляется на рынки России, Польши, Украины, Казахстана. Продукция выпускается под торговой маркой «Віцебскае малако».

2016 год – в состав ОАО «Молоко» г. Витебск входит головное предприятие и 5 производственных цехов: в городе Шумилино, Новолукомле, Городке, г.п. Лиозно, г.п. Яновичи и 2 филиала «Вымно» и «Полудетки» [2].

В настоящее время предприятие предлагает широкий ассортимент молочной продукции и производит более 250 её наименований. Основная продукция ТМ «Віцебскае малако»: молоко сухое обезжиренное, масло сливочное, заменитель цельного молока (ЗЦМ), сыр твёрдый и полутвёрдый, сыры мягкие, цельномолочная продукция: молоко питьевое, сливки питьевые, кефир, кисломолочные напитки, йогурты, молочные коктейли, напитки сывороточные, сметана, творог и творожные изделия (сырки глазированные, сырки творожные), мороженое.

ОАО «Молоко» имеет 35 наград высшего качества.

Партнёрами предприятия ОАО «Молоко» являются такие торговые сети, как: «Ніка», «Дионис», «Гиппо», «Санта», «Соседи», «Евроопт», «Green», «Корона», «Веста», «Доброном» и другие.

Анализ результатов деятельности за 2019-2020 годы показывает, что финансовое состояние предприятия улучшается. Прибыль от реализации продукции в 2020 году по сравнению с 2019 годом выросла на 57,8% и составила 10,6 млн. руб. Рентабельность продаж за 2020 год по сравнению с 2019 годом увеличилась на 1,6 процентных пункта и составила 6,4%.

Нами проведен анализ молочной продукции и цен на неё ОАО «Молоко» и его конкурентов на прилавках торговых сетей «Евроопт», «Веста», «GREEN» г. Витебска. Можно отметить, что на прилавках данных магазинов представлен достаточный ассортимент

молочной продукции. Ценовой диапазон на аналогичную молочную продукцию различается незначительно. Наиболее высокие цены в торговой сети «Веста». Более выгодные для покупателя цены на молочную продукцию можно найти в магазинах «Евроопт» и «GREEN».

По данным проведенного исследования о вкусовых предпочтениях молока и молочной продукции населения г. Витебска, основная масса опрошенных покупает молоко и молочные продукты ежедневно (72%), два-три раза в неделю (23%).

Из товарного ассортимента ОАО «Молоко» опрошенные респонденты наибольший спрос предъявляют на следующие виды продукции: творог 9%, кефир 1%, 1,5% и 3,2% жирности, молоко «Вкусное» 2,5% и 3,6% жирности, сметана 20% и 27% жирности, масло сладко-сливочное несоленое 72,5% и 82,5% жирности, коктейль молочный «Шоколадное удовольствие».

Заключение. Рынок молока и молочных продуктов – стабильно развивающийся сектор народного хозяйства Республики Беларусь.

Потребители с удовольствием покупают белорусскую молочную продукцию (95% опрошенных), тем самым поддерживая отечественных производителей и стимулируя их к дальнейшей работе по совершенствованию качества молочных продуктов и работы сотрудников предприятий. Бренд «Витебское молоко» высоко ценится белорусскими и зарубежными потребителями.

Литература. 1. Промышленность Республики Беларусь, 2020 [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа : <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/promyshlennost/publikatsii/13/index/14090/>. – Дата доступа. – 19.03.2021 г. 2. ОАО «Молоко» г. Витебск [Электронный ресурс] / Продукт. ВУ. – Режим доступа : <http://longtrade.by/company-info/oao-moloko-g-vitebsk.html>. – Дата доступа : – 02.04.2021 г.

УДК 339.138

ЮРЧЕНКО Е.В., студент

Научный руководитель - **БОЛДЫРЕВА Л.Н.**, ст. преподаватель

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

БРЕНД «ГАННА»: СОСТОЯНИЕ И СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ

Введение. Агропромышленный комплекс – важнейшая составляющая экономики Республики Беларусь. В нем создается около 30% национального дохода. Потребительский рынок более чем на 70% формируется за счет продовольствия и товаров, изготовленных из сельскохозяйственного сырья. Агропромышленный комплекс, как и другие отрасли народного хозяйства Беларуси, в современных условиях развития принимает все атрибуты рыночной экономики, в том числе и маркетинг [1].

Материалы и методы исследований. Исходным материалом для исследования послужили данные годовых отчетов ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика», официального сайта предприятия и личные наблюдения.

В качестве основных методов нами использовались экономико-математические и статистические методы исследования.

Результаты исследований. ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика» – одно из крупнейших предприятий Республики Беларусь по производству мяса птицы на промышленной основе. Предприятие имеет собственную торговую марку «Ганна».

ОАО «Витебская бройлерная птицефабрика» имеет общий замкнутый цикл производства, начиная от получения инкубационных яиц и выращивания молодняка, заканчивая полной переработкой мяса птицы в полуфабрикаты быстрого приготовления и готовую продукцию, а также имеет собственную фирменную торговлю (более 60 торговых объектов) [2].