Федеральное агентство по образованию

ГОУ ВПО «Сибирский Государственный Технологический Университет»

Факультет: экономический

Кафедра: ЭООЛК

**Опыт применения маркетингового подхода в деятельности ОАО «Вимм-Билль-Данн»**

Руководитель:

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.Е. Моисеева

(подпись)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(оценка, дата)

Выполнил:

Студент группы 83-1

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Э.Д. Жанаева

(подпись)

Содержание

Введение ………………………………………………………………………….3

**История развития компании ………………………………………………….4**

**Маркетинг компании …………………………………………………………..6**

**Заключение …………………………………………………………………….14**

**Библиографический список ………………………………………………….15**

**Введение**

Компания «Вимм-Билль-Данн» - лидер рынка молочных продуктов и детского питания в России и один из ведущих игроков рынка безалкогольных напитков в России и странах СНГ. Ему принадлежит более 35-ти перерабатывающих заводов в России, на Украине и в Центральной Азии. На этих предприятиях и в торговых филиалах работают в общей сложности более 18 тыс. человек.

**1. История развития компании**

ОАО «Вимм-Билль-Данн» было создано в 1992 году. Впервые в России выпустил соки в пакетах. В то время никто в стране не разливал их в пакеты. Импортных соков в современной упаковке в продаже тоже практически не было. Поэтому таким событием стало появление в Москве первых соков в ярких разноцветных пакетах с «иностранной» надписью «Вимм-Билль-Данн». Соки были разлиты на арендованной специально для этого технологической линии Лианозовского молочного комбината. Арендовали ее вовсе не иностранцы, а только что созданная российская компания, состоявшая из пяти человек. «Иностранное» название выбрали потому, что отечественный товар в то время не пользовался доверием у потребителей.

В 1993 «Вимм-Билль-Данн» впервые в России начал производство йогуртов. В 1994 компания создала первый российский соковый бренд – J7. До этого на пищевом рынке России не было брендов. На трехлитровых банках советского образца писали просто и строго: «Яблочный сок», «Томатный сок». Название первой торговой марки ВБД происходило от английского “7 juices” – «7 соков». На самом деле, сначала соков J7 было всего три. Но молодая компания вынашивала честолюбивые замыслы – довести ассортимент до семи позиций.

В 1997 компания начала выпуск высококачественных традиционных молочных продуктов под маркой «Домик в деревне». В 1998 началось индустриальное производство ягодных морсов по старинным русским рецептам. Бренд «Чудо-ягода» до сих пор остается уникальным, ведь только эти морсы делаются из свежих ягод. Впервые в России эта компания начала производство брендированных йогуртов – под маркой «Чудо». «Вимм-Билль-Данн» перешагнул границы Московского региона, приобретя комбинат «Сибирское молоко» в Новосибирске. Это стало началом стремительной региональной экспансии ВБД. В течение нескольких лет были приобретены молочные заводы в Нижнем Новгороде, Владивостоке, Уфе, Краснодарском крае.

В 1999 запустилось производство био-кефира Bio-Max. Марка Bio-Max – это первая в России специализированная марка обогащенных молочных продуктов. Началась реализация программы «Молочные реки», выпуск соков и нектаров под маркой «Любимый сад». Компания на выгодных условиях предоставляет в лизинг фермерским хозяйствам современное доильное и холодильное оборудование, обеспечивая свои молочные заводы сырым молоком высокого качества. В 2000 г. «Вимм-Билль-Данн» начал выпуск молочных продуктов под маркой «Веселый молочник». Он стал приобретать заводы за рубежом – на Украине и в Центральной Азии.

В 2001 г. данная компания первым в России создала соково-молочный напиток – «Мажитэль» и зарегистрировала первый отечественный бренд молочного детского питания – «Агуша». Была сформирована управляющая компания ОАО «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания». В ее задачи входит руководство предприятиями, контроль над их работой, определение стратегических направлений их деятельности. Компания получила международный сертификат соответствия стандарту British Retailer Consortium (BRC), который признается всеми торговыми сетями в странах ЕС. В 2002 г. «Вимм-Билль-Данн» стал первой отечественной пищевой компанией, разместившей свои акции на Нью-йоркской фондовой бирже (NYSE). Акции были включены в котировки NYSE под символом «WBD».

А в 2003 начался выпуск «Ламбера» – первого отечественного сыра, успешно конкурирующего на рынке с европейскими сырами. «Ламбер» производится на заводе в Рубцовске Алтайского края. «Вимм-Билль-Данн» купил завод минеральных вод, разливающий знаменитые «Ессентуки». В 2007 г. он первым в России вывел на рынок функциональные молочные продукты, специально предназначенные для поддержания красоты. Кисломолочные напитки и йогурты Beauty помогают поддерживать ногти, кожу и волосы в прекрасном состоянии. Был открыт экспериментальный комбинат детского питания в Курской области и его филиал в одном из цехов Царицынского молочного комбината в Москве. Налажено производство соков для детского питания, а также фруктовых и мясных пюре для малышей под маркой «Агуша». В 2008 г. линейка продуктов детского питания «Агуша» дополнена сухими молочными кашами и сухими молочными смесями для грудных детей. Отныне бренд «Агуша» представлен во всех категориях детского питания.

**2. Маркетинг компании**

ОАО “Вимм-Билль-Данн” - крупнейший производитель напитков и молочных продуктов в России и СНГ. Немаловажную роль в освоении рынка компанией сыграл маркетинг. Так, в последние годы компания совершенствовала маркетинговую деятельность: улучшала организационную структуру, информационную систему, продукцию, расширила бизнес, вводила на рынок новые торговые марки, больше рекламировала свою продукцию.

**Организационная структура.** За прошедшие пятнадцать лет компанией «Вимм-Билль-Данн» был накоплен значительный опыт в области производства продуктов питания, маркетинга и продаж. Новая организационная структура компании позволяет наиболее эффективно использовать существующие возможности головной компании, одновременно сохраняя связь региональных подразделений с потребителями. В условиях меняющегося рынка, растущей конкуренции и дальнейшей консолидации розничной торговли «Вимм-Билль-Данн» действует более сфокусировано, четко разграничивая функции центрального и регионального менеджмента.

Таким образом, для ускорения темпов роста с 1 марта 2008 года в компании была внедрена новая корпоративная структура, в рамках которой произошли следующие организационные изменения:

- бизнес-подразделения «Молоко», «Детское питание» и головная компания были объединены в единую структуру «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания»;

- административные и поддерживающие функции «ВБД Напитки» были централизованы в соответствии с новой структурой;

- в «Вимм-Билль-Данн Продукты Питания» действовала функциональная система управления, в том числе были созданы две новые позиции Вице-президента по производству и Вице-президента по продажам;

- было создано новое бизнес-подразделение «ВБД Интернешнл», которое отвечает за активное развитие компании на Украине, в Центральной Азии, на Кавказе, а также развитие экспортной торговли.

Эти изменения позволили успешно развивать компанию и осуществлять долгосрочную стратегию. В результате реструктуризации сократилось число уровней подчинения, что сделало структуру компании рациональнее и эффективнее. Несмотря на то, что в течение многих лет «Вимм-Билль-Данн» шел по пути успешного развития синергии, вышеперечисленные нововведения дали больше возможностей для еще более мощного наступления на рынок, сокращения расходов и ускорения роста выручки.

Начиная с 1 марта 2008 года, Олег Кузьмин занял должность вице-президента по производству. Грант Уинтертон стал вице-президентом по продажам, а Гари Собел - вице-президентом по маркетингу и инновациям.

Олег Кузьмин. С августа 2004 года возглавлял бизнес-подразделение «Молоко». Он пришел в «Вимм-Билль-Данн» в 1995 году и занимал руководящие должности в разных подразделениях компании. Его обширный опыт в производственной сфере и знание молочной индустрии на международном уровне играют ключевую роль в оптимизации производственных процессов.

Грант Уинтертон. С ноября 2006 года занимал пост директора управления по маркетингу и инновациям компании «Вимм-Билль-Данн». Грант обладает большим опытом работы в области продаж и маркетинга, полученным в таких крупных международных компаниях, как Wella Haircare, Campbell Soup Company (Arnotts Snacking) и подразделениях Coca-Cola в Австралии, России, на Украине, в Белоруссии и Китае. Его глубокие знания международных стандартов взаимодействия с современными розничными сетями, а также опыт работы в сфере независимой розничной дистрибуции позволили компании создать единую команду профессионалов в области продаж. Это способствовало дальнейшему повышению уровня обслуживания клиентов и эффективности работы с розницей.

Гари Собел. С марта 2007 года возглавлял бизнес-подразделение «Детское питание». До этого Гари в течение 13 лет работал в компании Procter & Gamble на руководящих позициях в её представительствах в Канаде, США, Великобритании и России, а также директором по маркетингу в компании Cadbury LLC. Богатый опыт Гари в сфере маркетинга и бренд-менеджмента, а также профессиональные знания в области инноваций и разработки новых продуктов, полученные им за годы работы в международных компаниях, принесли ощутимую пользу компании «Вимм-Билль-Данн». В то же время его основательные знания потребительского рынка России, а также Центральной и Восточной Европы, приобретённые им за восемь лет работы в этих странах, стали существенным вкладом в дальнейшее развитие, оптимизацию и обновление портфеля сильных брендов компании «Вимм-Билль-Данн».

**Информационная система.** Компания внедряет новую информационную систему (ERP). Поставщиком системы была выбрана корпорация Oracle – ведущий мировой производитель корпоративного программного обеспечения. Проект, который стал крупнейшим в пищевой отрасли России, позволит “Вимм-Билль-Данну” существенно повысить эффективность управления компанией.

Проект охватит ключевые направления деятельности: финансы, производство, закупки, логистику и дистрибуцию на всех предприятиях компании. Оптимизация этих процессов создаст надежную базу для быстрого принятия эффективных управленческих решений, а также для контроля за их исполнением. Кроме того, новая ERP-система сделает финансовую отчетность компании по российским и международным стандартам более оперативной.

Активное расширение производственных площадок и торговых филиалов позволило “Вимм-Билль-Данну” стать лидирующей компанией на рынке продуктов питания в России. Дальнейшее развитие должно происходить не только за счет роста масштабов, но и благодаря более рациональному использованию ресурсов и повышения эффективности бизнес-процессов. В проекте участвуют ведущие международные консалтинговые компании. Разработкой бизнес-модели занимается Deloitte, а внедрением информационной системы - BearingPoint. Поставщик ERP-решения предоставляет программное обеспечение Oracle E-Buisness Suite и техническую поддержку. Завершить основной этап установки ERP-системы во всей компании планируется к концу 2009 г.

**Расширение бизнеса.** Сбытовая сеть «Вимм-Билль-Данна» увеличивается с каждым годом за счет строительства и приобретения предприятий в разных регионах страны и за рубежом. Так, компания открыла молочную мегаферму в Ленинградской области. Наличие собственных ферм позволило ей контролировать высокое качество продукции по всей производственной цепочке: от кормов до упаковки молока на полке в магазине. Мегаферма построена в Волосовском районе Ленинградской области на базе приобретенного “Вимм-Билль-Данном” в 2005 году совхоза “Труд”. Новая ферма является одним из самых передовых животноводческих хозяйств не только на Северо-Западе, но и во всей России. Инвестиции компании в строительство мегафермы, рассчитанной на 1200 голов дойного стада перспективной “голштинской” породы, составили более $12 млн. Хозяйство оснащено современным шведским оборудованием компании DeLaval. Благодаря инновационному методу беспривязного содержания скота и постоянному контролю за состоянием здоровья животных с помощью компьютерного оборудования, специалисты “Вимм-Билль-Данна” добились производительности в 8500 кг высококачественного молока с фуражной коровы в год. Строительство мегафермы велось при поддержке федеральных и областных властей в рамках приоритетного национального проекта развития агропромышленного комплекса.

“Вимм-Билль-Данн” завершило строительство мегафермы на 2700 голов в Краснодарском крае, а также реконструировало два животноводческих хозяйства на Кубани. Совокупные инвестиции компании “Вимм-Билль-Данн” в развитие сельского хозяйства за последние три года составили свыше $40 млн.

Компания стала производить детское питание «Агуша» и функциональные продукты «Имунеле» в Омской области. Комплекс по производству детского питания находится на территории принадлежащего компании завода «Манрос-М» – крупнейшего молокоперерабатывающего предприятия Омской области. Комплекс располагает собственным пунктом приемки молока, складом готовой продукции и тремя производственными линиями TetraPak, Hassia и Ave. Это самое крупное производство молочного питания для малышей за Уралом - его проектная мощность составляет более 50 тонн продукции в сутки. Инвестиции в строительство комплекса составили $14 миллионов. На Омском предприятии производится весь ассортимент детского питания под маркой «Агуша», а также функциональные продукты «Имунеле». «Манрос-М» поставляет продукцию во все регионы России от Урала до Дальнего Востока.

Был открыт комбинат детского питания в Курской области. Новое предприятие позволило лидеру в производстве молочных продуктов для детей усилить позиции в растущем сегменте фруктового детского питания. Комбинат детского питания был приобретен в 2005 году. В результате реконструкции на нем было заменено более 90% оборудования. Теперь это самое современное в России предприятие отрасли, где используются передовые мировые технологии и последние научные достижения. У компании в Курской области также есть свои фруктовые сады, в которых выращиваются яблоки, вишни, груши и сливы. В ближайшие годы они станут одним из главных источников сырья для производства фруктовых соков и пюре для детей под маркой “Агуша”.

Следуя своей стратегии региональной экспансии, Вимм-Билль-Данн приобрел новый молочный комбинат в городе Первоуральске в Свердловской области - регионе, где компания ранее не имела собственного производства. Завод введен в эксплуатацию в 1970 году, проектная мощность составляет 120 тонн в сутки. В настоящее время завод перерабатывает до 20 тонн молока в сутки и специализируется на производстве натуральной молочной, творожной продукции и питьевых йогуртов под брендом «Снегирево». На предприятии работает 165 человек.

Приобретение Первоуральского городского молочного завода дало «Вимм-Билль-Данну» возможность освоения новых рынков молочной продукции, расширения географии продаж. На первом этапе производилась продукция под ТМ «Снегирево», а в дальнейшем компания выпустила продукцию под собственными брендами «Домик в деревне» и «Веселый Молочник».

ОАО “Вимм-Билль-Данн Продукты Питания” приобрел “Очаковский молочный завод” (г. Москва). Это приобретение соответствует заявленной стратегии Вимм-Билль-Данна по расширению бизнеса за счет покупки успешных компаний, обладающих лидирующими рыночными позициями и сильным портфелем брендов.

Очаковский молокозавод являлся четвертым по величине молочным производителем в России и одним из крупнейших молочных предприятий Москвы. По данным AC Nielsen, в 2006 г. предприятие занимало около 3,1% российского и 8,4% московского рынка молочных продуктов. Завод выпускал молоко, сметану, йогурты, сырки и другие молочные продукты под популярными марками (“33 коровы”, “Пастушок”, “Кремлевские продукты” и “Актилайф”).

Очаковский молокозавод с его богатой историей, сильными национальными марками и высоким доверием потребителей, завоеванным превосходным качеством и широким ассортиментом продукции, стал отличным дополнением к существующим мощностям и брендам «Вимм-Билль-Данн». Его преимуществом всегда было отличное знание российских потребителей и рынка. А вместе с приобретением Очаково, у компании появилась возможность не только расширить ассортимент, но и увеличить производственные мощности для выпуска высококачественной продукции.

Очаковский молокозавод расположен на западе Москвы, Лианозовский молочный комбинат находится на севере города, а Царицынский молочный комбинат – на юго-востоке. Таким образом, эти три предприятия территориально дополняют друг друга, покрывая большую часть города и всю Московскую область.

Было приобретено ОАО “МОЛКА” (Иркутская обл.), одного из крупнейших молокоперерабатывающих предприятий Восточной Сибири. ОАО “МОЛКА” (“Молочный комбинат “Ангарский”) – известнейший в регионе молокоперерабатывающий завод с полувековой историей и богатыми традициями. Проектная мощность предприятия составляла 150 тонн переработки молока в сутки. В скором времени Вимм-Билль-Данн приступит к выпуску на “МОЛКА” продукции под собственными брендами.

«Вимм-Билль-Данном» было приобретено крупнейшее в регионе молокоперерабатывающее предприятие - Сургутский гормолзавод. Единственный в Сургуте крупный молокозавод введен в эксплуатацию в 1974 году, проектная мощность составляет 65 тонн переработки молока в сутки с возможностью расширения до 120 т в сутки. Сегодня предприятие перерабатывает до 30 тонн в сутки и выпускает преимущественно традиционные молочные продукты. Приобретение Сургутского гормолзавода позволило «Вимм-Билль-Данну» занять лидирующие позиции в перспективном регионе и продолжить экспансию на рынки Урала и Сибири. Собственное предприятие в Сургуте также дало возможность оптимизировать логистические расходы компании, исключив необходимость дополнительной транспортировки продукции между регионами. В скором времени Вимм-Билль-Данн приступит к выпуску на Сургутском гормолзаводе продукции под собственными брендами.

Было приобретено ООО «Грузинские продукты» (Грузия, г. Тбилиси). «Грузинские Продукты» является третьим по величине молочным производителем в Грузии и одним из крупнейших молочных предприятий Тбилиси. Завод, введенный в эксплуатацию в 2002 году, выпускает традиционные и национальные продукты, такие как молоко, мацони, сметана и творог. На предприятии установлено современное оборудование «Тетра Пак». Завод «Грузинские Продукты» стал первым молочным предприятием компании «Вимм-Билль-Данн» на Кавказе. Он обслуживает не только Грузию, но и близлежащие страны – Армению и Азербайджан.

Совместно с компанией Wonder Berry “Вимм-Билль-Данн” приступает в Канаде к выпуску морса - традиционного русского напитка из свежих ягод. Он производится из местного сырья на фабрике в Торонто, Канада. Выпущенные здесь морсы под маркой Wonder Berry продаются в крупнейших розничных сетях Канады, США, Франции, Израиля и других стран. Напиток готовится из свежих лесных и садовых ягод Канады (клюквы, черники, ежевики, малины, клубники и пр.) по уникальной технологии, разработанной в компании “Вимм-Билль-Данн” на основе древних русских рецептов. Идея выпускать ягодные морсы родилась именно в компании “Вимм-Билль-Данн”, которая является сегодня одним из крупнейших в мире производителем этого оригинального напитка. Экспортируемые “Вимм-Билль-Данном” морсы под маркой Wonder Berry популярны в странах Европы, Америки и Средней Азии.

**Новая продукция и марки.** В ряде новинок торговых марок и продукции компании появились йогурт «Чудо» с целыми ягодами, сухие молочные смеси «Агуша», кисломолочный напиток Neo Beauty и трюфели Morand.

Впервые на российском рынке появился уникальный продукт – йогурт с целыми ягодами, выпущенный под маркой «Чудо». Компания «Вимм-Билль-Данн» по праву гордится этой новинкой, ее высоким качеством и замечательным, необычным вкусом. Ведь «Чудо» стала первой на российском рынке маркой, которой удалось изготовить йогурт с целыми ягодами. Как будто только что сорванные с ветки, эти ягоды хранят первозданный вкус, аромат и сочность. И прекрасно дополняют глубокий и нежный вкус нового йогурта «Чудо». Также специально для йогурта с целыми ягодами была разработана новая упаковка. На смену привычным квадратным стаканчикам пришли баночки удобной обтекаемой формы, которые так приятно держать в руках. В оформлении этикетки тоже произошли изменения: для нового продукта был разработан более современный, лаконичный и привлекательный дизайн. Появление йогурта «Чудо» с целыми ягодами – высококачественного и не имеющего аналогов продукта – первый и очень серьезный шаг к формированию нового имиджа бренда «Чудо» как современной марки, выпускающей самые вкусные молочные продукты для всей семьи. Йогурт «Чудо» с целыми ягодами представлен в 3 вкусах: вишня, черника и клубника.

Компания «Вимм-Билль-Данн» выступает в поддержку грудного вскармливания, считая, что именно в молоке матери находится все, что нужно ребенку в первый год жизни. Однако если есть необходимость в заменителях грудного молока, лучший выбор - молочная смесь, максимально приближенная по составу к материнскому молоку и способствующая гармоничному развитию ребенка. Именно такой продукт, впервые разработанный отечественными учеными и специалистами крупнейшего в Европе скандинавского производителя молочных смесей специально для российских детей, представляет компания «Вимм-Билль-Данн». «Агуша» создала сухую молочную смесь, которая производится в Дании, максимально приближенную по составу к грудному молоку, аналогов которой нет ни в России, ни в Европе.

«Вимм-Билль-Данн» выпускает на рынок сразу две разновидности сухих молочных смесей «Агуша» — «Original» и «Gold». «Агуша Gold» — уникальный по свойствам продукт, в котором находится все необходимое для здорового и гармоничного развития малыша. Подобно молоку матери, «Агуша Gold» содержит пробиотические культуры и пребиотические волокна, сочетание которых обеспечивает комфортное пищеварение и укрепляет иммунитет. А сбалансированный комплекс витаминов и минералов способствует быстрому росту и развитию. Сухие молочные смеси встанут в один ряд с другими известными продуктами самой широкой в России линейки детского питания «Агуша», которая включает молочные и кисломолочные смеси, кефир, творожок, йогурт, соки, овощные, фруктовые и мясные пюре. Новый продукт продается в специализированных детских магазинах, супермаркетах, гипермаркетах и аптеках.

Инновационный кисломолочный напиток Neo Beauty, в состав которого входит уникальная формула 3D Regeneo с соком алое вера, - первый на отечественном рынке функциональный продукт питания, полезное действие которого на организм в целом, и на кожу, волосы и ногти в частности, клинически доказано. Эксклюзивная формула 3DRegeneo включает сок алое вера, антиоксиданты, минералы и витамины. Формула разработана учеными исследовательского центра “Вимм-Билль-Данна” совместно с коллегами из Швейцарии. Благодаря уникальной рецептуре кисломолочный напиток NeoBeauty оказывает оздоровляющее, укрепляющее и регенерирующее действие на кожу, волосы и ногти. Эффективность NeoBeauty успешно подтверждена многочисленными клиническими испытаниями. Линейка NeoBeauty включает в себя продукты с различными вкусами: функциональный напиток с пробиотиками и питьевой йогурт с алое вера.

Компания “Вимм-Билль-Данн” выпустил новый продукт – шоколадные трюфели из свежих сливок под маркой Morand. Трюфели Morand развивают направление молочных десертов “Вимм-Билль-Данна”. Рынок молочных десертов развивается в кондитерском направлении, и трюфели из свежих сливок – инновационный продукт, отвечающий растущим требованиям покупателей.

Производство Morand осуществляется в новом цехе Лианозовского молочного завода “Вимм-Билль-Данна” в Москве. Трюфели изготавливаются только из натуральных ингредиентов: свежих сливок, меда, молотых стручков ванили и высококачественного темного шоколада из благородных и редких сортов какао-бобов.“Вимм-Билль-Данн” - первая компания в России, приступающая к массовому производству трюфелей из свежих сливок, в которых нет консервантов или алкоголя.

Трюфели Morand позиционируются в дорогом сегменте и рассчитаны на потребителей с уровнем дохода “выше среднего”. В декабре стартовала рекламная кампания Morand.

**Реклама.** Для продвижения своей продукции “Вимм-Билль-Данн” использует такие средства массовой информации, как газеты, телевидение, радио, реклама на общественном транспорте, наружная реклама и информационный листок. Их расходы составили 49,9 млн. долларов.

Так, эти изменения привели к увеличению роста доходов компании.

Обзор результатов к концу 2008 года:

Значительный рост выручки во всех сегментах бизнеса.

Выручка группы увеличилась на 24,8% и составила 2194,1 млн. долларов.

Валовая прибыль выросла на 22,2% и составила 707,0 млн. долларов.

Операционная прибыль увеличилась на 15,1% и составила 193,6 млн. долларов.

Чистая прибыль выросла на 3,7% и составила 109,6 млн. долларов.

Операционный денежный поток вырос на 156,8% и составил 168,5 млн. долларов.

Даже несмотря на кризис финансовое положение компании остается устойчивым. Во всех направлениях “Вимм-Билль-Данн” продолжает демонстрировать хорошие результаты. Выручка подразделения «Молоко» за первые девять месяцев 2008 года составила 1,6 млрд дол., что на 23% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Выручка подразделения «Напитки» выросла на 20% и составила 372,5 млн дол. за первые девять месяцев 2008 года. Выручка подразделения «Детское питание» за первые девять месяцев 2008 года увеличилась на 61% по сравнению с аналогичным периодом 2007 года и составила 191,6 млн. дол.

Валовая прибыль компании за первые девять месяцев 2008 года составила 707 млн дол., что на 22% больше, чем за аналогичный период прошлого года. Увеличение валовой прибыли было отмечено во всех трёх подразделениях бизнеса.

**Заключение**

ОАО “Вимм-Билль-Данн” - крупнейший производитель напитков и молочных продуктов в России и СНГ. Немаловажную роль в освоении рынка компанией сыграл маркетинг. Так, в последние годы компания совершенствовала маркетинговую деятельность: улучшала организационную структуру, информационную систему, продукцию, расширила бизнес, вводила на рынок новые торговые марки, больше рекламировала свою продукцию. Что привело к увеличению валовой прибыли на 22% по сравнению с прошлым годом и составила 707 млн. дол.. Этот факт был отмечен во всех трёх подразделениях компании.

**Библиографический список**

1. propel.ru

2. [ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org)

3. [student.km.ru](http://student.km.ru)

4. [www.marketolog.ru](http://www.marketolog.ru)

5. [www.wbd.ru](http://www.wbd.ru)