Підприємство почало свою історію зі збудування у 1961 році Київсько-го міського молочного заводу № 2. В 1995 році на базі молокозаводу було створено ВАТ «Галактон».

Місія ВАТ «Галактон» сформульована наступним чином: зайняти ліди-руюче положення в галузі за рахунок кращого задоволення потреб спожива-чів широким асортиментом якісних молочних продуктів.

Для підвищення стратегічного рівня підприємства та досягнення його стратегічних цілей ВАТ «Галактон» доцільним є обрання маркетингової стратегії інтенсивного зростання.

Стратегія інтенсивного проникнення на ринок означає збільшення об-сягів збуту та ринкової частки підприємства.

Стратегія розвитку і глибокого проникнення на ринок ВАТ «Галактон» має реалізуватись за допомогою таких засобів її реалізації:

- впровадження фасування дитячої молочної продукції у привабливі упаковки з фірмовими логотипами;

- укладення прямих контактів з мережею найбільших супермаркетів і дитячих дошкільних закладів;

- активізація засобів стимулювання збуту та комунікаційної політики.

Наразі компанія займає активну позицію на ринку. Крім того, вона з 1998 року співпрацює з McDonald's Ukraine, виробляючи для фастфуду моло-чні суміші для коктейлів та морозива.

Важливо також зазначити, що «Галактон» працює за наміченою страте-гією, яку було розроблено ще в 90-х роках.

Вона складалася з трьох основних етапів: 21

1) Травень 1997 – 1999 рік

Цілі:

- збільшення обсягів виробництва, завантаження виробничих потужно-стей та зниження собівартості продукції;

- розширення сектору постачальників сировини за розробленою про-грамою;

- створення нового бренду і проникнення на ринок;

- модернізація (реконструкція) виробництва.

2) 2000 – 2001 роки

Цілі:

- стабільна робота на ринку та беззбиткове виробництво;

- реорганізація відділу продажів;

- автоматизація адміністрації та бухгалтерського обліку, що базується на єдиній інформаційній системі;

- за рахунок завершення стадії модернізації виробництва вийти на но-вий рівень сучасного виробництва унікальної продукції (біо-лінія, йогурти) та зміцнення торгівельної марки.

3) з 2002 року

Цілі:

- закріплення за «Галактон» статусу лідера на стратегічно важливих ринках збуту.

Однією із складових конкурентоспроможності компанії за Портером є постачальники. Щодо постачальників сировини ВАТ «Галактон», то ті 200-350 тон молока, що переробляються щодня, постачаються від більш ніж 42 господарств за умовами довгострокових контрактів.

Крім національних постачальників «Галактон» також співпрацює з іно-земними постачальниками матеріалів, які забезпечують технічну підтримку, постачання пакувальних матеріалів, технологічного обладнання, інгредієнтів. Серед них можна виокремити «ТетrаPаk» (Швеція) і «Alfa Laval» (Швеція), «Elopak» (Фінляндія), «Hahn» (Німеччина), «Chr. Hansen» (Данія), «IFF» (Ні-22

дерланди), ТВП Україна, Рубежанський картонно-паперовий комбінат та ін-ші.

Для покращення стосунків із постачальниками ВАТ «Галактон» надає їм фінансову допомогу для задіяння її у наступних питаннях:

• надання кредитування;

• введення в дію прямих пунктів для збору молока від населення;

• надання допомоги для закупівлі кормової бази;

• допомога з придбання паливно-мастильних матеріалів;

• направлення коштів на покращення генетичного фонду худоби за ра-хунок високоякісних кормів;

• надання допомоги в забезпеченні миючими засобами.

На сьогодні ВАТ «Галактон» входить до групи компаній «Юнімілк», яка поєднує 23 заводи в Росії та 2 заводи в Україні. До групи «Юнімілк» в Україні належать ВАТ «Галактон» та ВАТ «Кременчуцький міськмолокоза-вод».

ВАТ «Галактон» працює на українському ринку як потужний виробник молочної продукції. Зараз на підприємстві випускається 4 стратегічно важли-вих продуктових групи: біолінія, десертна група, цільномолочна продукція, молоко тривалого зберігання. Асортимент налічує близько 70 найменувань товарів, серед них – молоко, кефір, ряжанка, сметана, масло, які випускають-ся з перших днів роботи підприємства, до них додалися йогурти, сиркові ма-си, десерти, молочні суміші (Додаток А).

Стратегія розвитку і глибокого проникнення на ринок ВАТ «Галактон» має реалізуватись за допомогою таких засобів її реалізації:

- впровадження фасування молочної продукції у привабливі упаковки з фірмовими логотипами;

- укладення прямих контактів з мережею найбільших супермаркетів;

- активізація засобів стимулювання збуту та комунікаційної політики.

Наразі компанія займає активну позицію на ринку.