

Міністерство освіти та науки України
Національний університет харчових технологій

**Міжнародна наукова конференція,
присвячена 130-річчю
Національного університету
харчових технологій**

**«Нові ідеї в харчовій
науці – нові продукти
харчовій промисловості»**

13-17 жовтня 2014 року

Київ НУХТ 2014

Анастас Мікоян і радянські харчові бренди

С.І. Береговий

Національний університет харчових технологій

Анастас Мікоян (1895-1978) займав ключові пости в харчопромі СРСР з середини 20-х до кінця 30-х рр. і був саме тією людиною, в особі якої поєднувались талант організатора і реформатора галузі та номенклатурного чиновника, творця радянських кулінарних міфів. Мікоян одна з найбільш суперечливих водночас цікавих постатей радянської історії, яка зуміла втриматися у вищій більшовицькій еліті від Леніна до Брежнєва. Як тоді казали «от Ильича до Ильича без инфаркта и паралича». Визначення міри моральної відповідальності Мікояна за політичні рішення, що приймались в сталінську епоху сьогодні цілком доречно залишити науковцям. Наголосимо лише на тому, що на довгому кар'єрному шляху Мікоян займав найвищі державні посади, був талановитим адміністратором, здатним грамотно структурувати і піднести до сучасного рівня ввірені йому підрозділи[1,4].

З ім'ям Мікояна пов'язане виникнення більшості радянських харчових брендів довоєнного часу, що залишались популярними в СРСР та на пострадянському просторі. Про поняття «бренд» в СРСР практично ніхто не чув. Чи були вони взагалі в Радянському Союзі, при відсутності ринкової конкуренції? Мова скоріше йде про торгові марки - відмінні знаки підприємств, та товарів що ними випускались. Звичайно, брендом є не сам символ товару, зображений в графіці та на рекламі, а ставлення до нього споживачів, асоціації або спогади які він викликає. Сьогодні ми можемо цілком слушно говорити про мікоянівські бренди, оскільки вони є не лише символами часу, що минув, але викликають інтерес у сучасників, за них йде жорстка конкурентна боротьба, знані вони також за кордоном. Зокрема йдеться про створення таких брендів як докторська ковбаса, популярні сорти морозива, майонез провансаль, вологодське масло, радянське шампанське тощо[2,3].

Анастас Мікоян не лише впроваджував нові технології та створював харчові марки але активно пропагував їх серед населення. Він був одним із засновників реклами сенс якої полягав не у конкурентній боротьбі, а скоріше в культурному просвітництві, пропагуванні радянського способу життя. Діяльність Мікояна та бренди пов'язані з ним актуальні і в наш час коли відзначається 130 річний ювілей НУХТу, який протягом тривалого часу носив ім'я радянського наркома.

Література

1. *Глуценко И. В.* Общепит. Микоян и советская кухня. М. : Изд. дом ГУ-ВШЭ, 2010.
2. <http://www.vkusitsvet.ru/tovarisch-est/istorii-ob-istorii/mikovanovskij-proek>
3. *Микоян А.И.* Так было. М.: 1999. С.106-112.
4. *Микоян А.* Пищевая индустрия Советского Союза. Пищепромиздат. 1941. 286с.