

СПІВПРАЦЯ БІЗНЕСУ І ЗВО ЗАРАДИ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Панченко І.М., керівниця відділу маркетингу
компанія «ТЕРРА», м. Харків, Україна

Філософія бізнесу компанії «ТЕРРА» будується навколо імперативу: здорове харчування – основа щасливого життя. Наша спеціалізація – переробка зернових та бобових культур та виробництво харчових продуктів з доданою вартістю. Ми виробляємо крупи, каші, пластівці, супи, гранолу та інші продукти, які щодня використовують мільйони людей. Окремий напрямок – органічне виробництво тепличних овочів, зокрема огірків, коктейльних помідорів та черрі. Наша місія – розробляти та виробляти продукти високої якості, які сприяють здоров'ю споживачів. Для цього в компанії ретельно дотримуються найвищих стандартів якості, що підкріплено відповідними сертифікатами. Відділ маркетинг як двигун розвитку компанії, прагне розповсюджувати цю філософію бізнесу як в Україні, так і за її межами. Відповідно, компанія «ТЕРРА» позиціонує себе на ринку як провідник у світ здорового харчування та виробник продуктів натурального походження.

Нова турбулентність (військова агресія, відключення електроенергії, порушення ланцюгів виробництва та обміну тощо) перекреслила всі сталі алгоритми роботи, потрібно було діяти, бо зупинитись не мали права і стояти на місці також. Ми адаптували свою стратегію та продукцію відповідно до потреб ринку, знайшли нові методи взаємодії із партнерами, стали гнучкішими до потреб клієнтів, продовжили інвестувати у дослідження та розвиток.

Не дивлячись на нові загрози, на українському ринку продукція ТМ «ТЕРРА» займає позиції в топові позиції в рейтингах food-продуктів [1, 2]. Географія наших партнерів постійно розширюється, і на сьогодні компанія має досвід співпраці у 67 країнах світу. Продукція доступна в магазинах органічних продуктів, провідних транснаціональних, національних та регіональних торгових мережах, таких як Fozzy, Варус, Таврія, Auchan, Сільпо, Novus, КЛАСС, Spar, Рост, Чудо маркет та інші. Також можна замовити онлайн з доставкою по всій Україні. Сучасні світові тренди та європейський Зелений курс реалізується в компанії на практиці екологічно чистим підходом до виробництва на принципах бережливості. Зернові відходи використовуються для виробництва енергії через біокотел і для супутного виробництва наповнювача для

тварин. Поширення нашого досвіду організації виробництва і бізнесу одна із задач, що реалізується завдяки співпраці із закладами вищої освіти [3]. У липні 2023 року компанія «ТЕРРА» і Державний біотехнологічний університет підписали меморандум про співпрацю.

Що ми як партнери очікуємо від такої співпраці? По-перше, ця взаємодія дозволить здобувачам освіти отримати практичні навички та знання, які вони потребують для успішної кар'єри. Це зближує освіту і ринок праці. По-друге, наша компанія надає інформацію про потреби ринку та останні технологічні й індустріальні тенденції, що допомагає освітянам адаптувати свої освітні програми до реальних потреб сучасного бізнесу. По-третє, співпраця з підприємством дозволяє студентам будувати професійні контакти та мережі вже під час навчання, що можуть стати важливими для майбутньої кар'єри. Сьогоднішні реалії дозволяють спільно реалізовувати дуальну освіту, яка поєднує навчання і роботу, дає реальний досвід виконання посадових обов'язків. По-четверте, співпраця з підприємствами може сприяти впровадженню інновацій та досліджень у навчальний процес, забезпечуючи доступ до новітніх технологій та ресурсів. Для суспільства в цілому такі взаємодії породжують альянси знань, які виливаються у спільні проекти між закладами вищої освіти та підприємствами. Результатом такої взаємодії можуть бути створені нові продукти, послуги і рішення, що користуються попитом на ринку.

Наше бачення подальшого розвитку полягає у зміцненні лідерства компанії в Україні та за кордоном. Україна потребує зміни статусу країни постачальника сировини на країну, яка може забезпечити весь світ готовими продуктами високої якості. За таких динамічних змін, бізнес постійно потребує кваліфікованих фахівців. Тому співпраця закладів вищої освіти з підприємствами має обопільне значення та сприяє відновленню економіки України вже сьогодні.

Список використаних джерел

1. ORGANIC'22: ТОП-15 органічних брендів України. URL: <https://brandstory.com.ua/specproekty/organic-22/organic-22-top-15-organicnih-brendiv-ukraini>
2. Стратегічний запас: ТОП 5 брендів бакалійної продукції. URL: <https://brandstory.com.ua/specproekty/organic-22/strategicnij-zapas-top-5-brendiv-bakalijnoi-produkcii>
3. Савицька Н. Л. Інституціональні проблеми взаємодії стейкхолдерів у вищій освіті. //Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації: зб. наук. ст. учасників Шостої Всеукр. наук.-практ. конф. Полтава: Скайтек, 2015. С. 48-52. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/4323/1/Savicka.pdf>.