

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАХІДНОУКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
ІМ. Б.Д. ГАВРИЛИШИНА
Кафедра міжнародних економічних відносин**

КОЦЮБИНСЬКИЙ Назарій Андрійович

ГЛОБАЛЬНИЙ РИНОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ
спеціальність: 292 Міжнародні економічні відносини
освітньо-професійна програма - Міжнародні економічні відносини

Кваліфікаційна робота

Виконав(ла) студент(ка)
групи МЕВ-41
КОЦЮБИНСЬКИЙ Назарій
Андрійович

підпис

Науковий керівник:
к.філ.н., доцент, Н. В. Батрин

підпис

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__»_____ 20__р.
Завідувач кафедри

підпис

Тернопіль - 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ	
1.1. Сутність та особливості ринку сільськогосподарської техніки .	6
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ	
2.1. Оцінка глобального ринку сільськогосподарської техніки	14
2.2. Аналіз українського ринку сільськогосподарської техніки	18
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ	
3.1. Виклики та шляхи розвитку ринку сільськогосподарської техніки	24
ВИСНОВКИ	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	31

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасна економічна ситуація вимагає певних структурних змін у галузях економіки, особливо в тих, що розвиваються на основі специфічних інноваційних чинників. З урахуванням цих вимог формування ринку сільськогосподарського машинобудування також має велике значення. Це пов'язано з тим, що ця галузь володіє необхідною ресурсною базою і є основою для забезпечення продовольчої безпеки країни. Україна - це насамперед країна з величезним сільськогосподарським потенціалом, а отже, і з великими перспективами для розвитку аграрного сектора в цілому. Україна має сприятливі кліматичні та географічні умови, які сприяють розвитку сільськогосподарського виробництва.

Проблемам становлення та розвитку сільськогосподарського виробництва присвятили свої праці низка зарубіжних та українських вчених-економістів, таких як: Розенштейн-Родан П., Зінгер Х., Саблук П., Бородіна О., Гайдучський П., Савощенко А., Шпичак О., Данько Ю. У здобутках цих економістів висвітлено сучасні передумови розвитку ринку сільськогосподарської продукції.

Проте проблема розвитку глобального ринку сільськогосподарської техніки й досі залишається актуальною, що й обумовило вибір кваліфікаційної роботи.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної роботи є дослідження розвитку глобального ринку сільськогосподарської техніки.

Виходячи з мети дослідження, у роботі поставлені такі завдання:

- визначити сутність та особливості ринку сільськогосподарської техніки;
- оцінити глобальний ринок сільськогосподарської техніки;
- проаналізувати український ринок сільськогосподарської техніки;
- визначити виклики та шляхи розвитку ринку сільськогосподарської техніки.

Об'єктом дослідження є ринок сільськогосподарської техніки.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та прикладних аспектів, що визначають глобальний ринок сільськогосподарської техніки.

Методи дослідження. Методичними засадами кваліфікаційної роботи є положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, які стосуються проблематики глобального ринку сільськогосподарської техніки. В роботі використано такі методи дослідження: логічно-теоретичний; класифікації; системного аналізу і синтезу; статистичні та економіко-математичні методи.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у встановленні теоретичних основ розвитку ринку сільськогосподарської техніки, дослідженні українського ринку сільськогосподарської техніки та визначенні викликів і шляхів розвитку ринку сільськогосподарської техніки.

Практичне значення одержаних результатів. Розроблені автором пропозиції можуть слугувати методологічною та практичною основою визначення цілей та інструментарію розвитку ринку сільськогосподарської техніки в економіко-аналітичній і прогностичній роботі Міністерства інфраструктури України, Міністерства економіки України і у поточній діяльності державних установ, підприємств та фірм, що працюють в Україні та закордоном.

Положення, що їх винесено на захист. Усі наукові результати, які містяться в кваліфікаційній роботі і винесено на захист, отримано автором особисто.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та наукові результати дослідження пройшли апробацію на XVII Міжнародній науково-практичній конференції молодих учених і студентів «Інноваційні процеси економічного і соціально культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід» (29 березня 2024 р.) та опубліковано в збірнику тез XVII Міжнародної науково-практичної конференції молодих учених і студентів «Інноваційні

процеси економічного і соціально культурного розвитку: вітчизняний та зарубіжний досвід».

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота загальним обсягом 33 сторінки складається з вступу, трьох розділів, висновків, містить список використаних джерел із 35 найменувань. Кваліфікаційна робота ілюстрована 5 рисунками, які розміщені на 5 сторінках і містить 1 таблицю на 1 сторінці.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ

1.1. Сутність та особливості ринку сільськогосподарської техніки

У секторі сільськогосподарської техніки можна визначити 2 загальні ринки: ринок закупівлі техніки або «ринок постачання» (первинний ринок) і ринок обслуговування, ремонту та заміни частин, який зазвичай називають «ринком післяпродажного обслуговування» («вторинний ринок»). Це значні ринки для продажу, ремонту та обслуговування дорогоцінних товарів. На рисунку 1.1 показано взаємозв'язок між цими різними елементами галузі. На первинному ринку конкуренція, ймовірно, відбуватиметься в межах конкретних категорій продукції (наприклад, трактори певної потужності чи зернозбиральні комбайни) і в межах географічних регіонів.

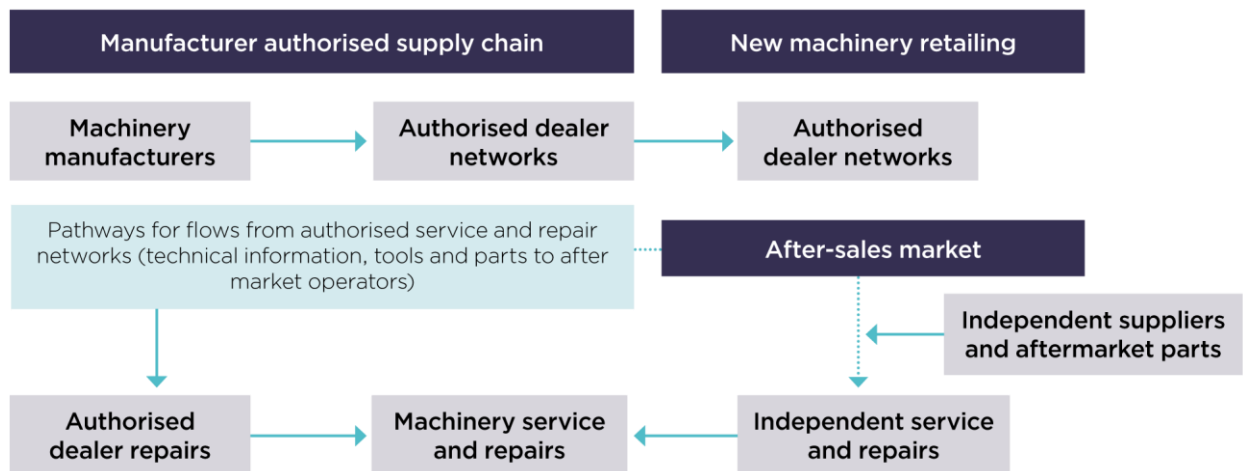


Рис. 1.1. Первинний та вторинний ринок сільськогосподарської техніки

Джерело: [www.accc.gov.au].

Більшість виробників продають свої машини через офіційні дилерські центри. Авторизовані дилерські центри – це підприємства, які мають франшизу або «дилерську угоду» з виробником. Ця угода дає їм право діяти як основний продавець обладнання виробника та авторизованих запасних частин, а також як

постачальник авторизованого обслуговування та ремонту, як правило, у визначеній географічній зоні. Незалежні ремонтники працюють поза авторизованими виробниками ланцюгами постачання та конкурують з авторизованими дилерами. Незалежні ремонтники часто залежать від авторизованих підприємств щодо доступу до інформації, даних, інструментів і деталей, необхідних для ремонту та обслуговування машин.

Ринок післяпродажних запчастин включає ринки виробників оригінального обладнання (ОЕМ) або «оригінальних» запчастин, а також запасних частин сторонніх виробників. Запчастини для сільськогосподарської техніки формують значний потік доходів для галузі, ринкова вартість якої близька до вартості продажу тракторів або обладнання для посадки та збирання врожаю. Запчастини ОЕМ зазвичай постачаються через уповноважених виробником дистриб'юторів, авторизованих дилерів і торгових посередників. Уповноважені дилери зазвичай використовують запчастини ОЕМ під час обслуговування та ремонту машин. Деякі дилери та виробники також продають запчастини ОЕМ безпосередньо споживачам та іншим ремонтникам. Багато машин матимуть ринки сторонніх, неоригінальних або «неоригінальних» запчастин, зокрема для витратних матеріалів або стандартних компонентів, таких як підшипники, шланги, ремені та шини.

Конкуренція є важливою рушійною силою ефективності, оскільки вона надає компаніям сильні стимули бути ефективнішими за своїх конкурентів, знижувати свої витрати, впроваджувати інновації та пропонувати товари та послуги, які потрібні споживачам. Конкуренція може бути обмежена бар'єрами, які обмежують вихід на ринок нових конкурентів, такими як витрати капіталу на проектування та виробництво обладнання або складнощі, пов'язані зі створенням дилерської мережі в регіонах. Конкуренції також можуть перешкоджати високі витрати на перехід, які зменшують схильність покупців до зміни бренду. Термін «право на ремонт» описує здатність покупця відремонтувати несправний товар або отримати доступ до конкурентних джерел постачання послуг з ремонту. Це може включати ремонт, який виконує

виробник, третя сторона або покупець самостійно, маючи доступ до запасних частин і інформації про ремонт. Останніми роками в багатьох країнах доступ до вибору ремонтників був важливою темою дебатів щодо сільськогосподарської техніки та споживчих товарів загалом. Це знайшло своє відображення в ряді політичних ініціатив щодо права на ремонт, включаючи загальногалузеву угоду щодо доступу до ремонту автомобілів у Сполучених Штатах. Подібним чином фермери в Сполучених Штатах ініціювали рух за право на ремонт, щоб отримати доступ до інформації, необхідної для ремонту своєї техніки.

Баланс сил на переговорах між виробниками та дилерами впливає на цінність, яку кожна сторона може отримати від угоди між ними. Сама сила на переговорах визначається можливостями, доступними кожній стороні поза угодою, або вартістю, яку вони можуть досягти у випадку недосягнення угоди. Сторона, яка має значно кращий зовнішній варіант, має сильнішу переговорну позицію, що дозволяє їй отримати більшу частку вартості, яку створює угода. Один виробник, як правило, матиме більш цінні варіанти, ніж один дилер. Це пояснюється тим, що можуть існувати інші дилери, через яких виробник може продавати, тоді як у дилера може бути кілька інших виробників, з якими він може укласти угоду про постачання, і він також може зіткнутися зі значними перешкодами для переходу. Подібний сценарій імовірний для дилерів щодо їхніх клієнтів щодо продажу обладнання або постачання ремонтних чи інших післяпродажних послуг.

Однак баланс сил на переговорах може бути неоднаковим у всіх відносинах виробник-дилер і дилер-покупець. Наприклад, дилер, який продає через велику кількість дилерських центрів у значній географічній зоні, ймовірно, перебуватиме в кращій переговорній позиції з виробником порівняно з дилерським центром, який працює на одному місці. Одне подання описує інвестиції, необхідні для того, щоб стати дилером, як надзвичайно високі, пояснюючи це багаторічними угодами, підписаними з виробниками, високою вартістю проданої продукції, спеціалізованими інструментами, передбаченими виробниками, і вимогою купувати запасні частини в достатній кількості.

кількості. Дилери повинні збалансувати свої зобов'язання перед покупцями, захищати власні фінансові інтереси та підтримувати довгострокові комерційні відносини з виробником. Якщо ризики, пов'язані з ремонтом, невиправдано лягають на дилерів, вони можуть бути спонукані не розглядати гарантійні претензії або обмежити обслуговування, яке вони пропонують покупцям сільськогосподарської техніки.

Сільськогосподарська техніка – це значні інвестиції. У більшості випадків основним засобом захисту покупця у випадку несправності сільськогосподарської техніки є гарантія виробника. Виробники добровільно надають свої гарантії, але зобов'язані їх дотримуватися. Гарантії зазвичай вимагають від виробників надати деталі та роботу для усунення дефектів у продукті та матеріалах, які були під контролем виробника. Зазвичай покупці можуть подати претензію по гарантії до дилера, а дилери отримують відшкодування від виробників за виконання гарантійних робіт, які виробники схвалили. Умови та покриття гарантій, як-от включення, обмеження та виключення, відрізняються від виробника до виробника. Покупці можуть зазнати значних збитків, якщо з їхнім обладнанням виникне проблема, на яку не поширюється гарантія. Гарантії зазвичай не покривають:

- амортизація, спричинена звичайним зносом, включно з широким діапазоном конкретних деталей, які відрізняються від виробника до виробника;
- запчастини для технічного обслуговування та предмети обслуговування, такі як мастила та фільтри;
- проблеми, викликані неправильним використанням, неправильним використанням або неналежним обслуговуванням;
- проблеми, викликані певними видами змін або модифікацій;
- проблеми з деталями, виготовленими іншим виробником (на які може надаватися гарантія від іншого виробника), такими як шини, радіо та акумулятори;
- проблеми, викликані ремонтом, виконаним не авторизованими дилерами, або використанням запчастин, що не є OEM;

- дорожні, транспортні та транспортні витрати, пов'язані з гарантійними роботами;
- економічні втрати, викликані простоєм машини або пошкодженням майна.

Ринок сільгосптехніки сегментується на наступні товарні групи:



Рис. 1.2. Сегментація ринку сільськогосподарської техніки

Джерело: [export.gov.ua].

Сільськогосподарська техніка є значним об'єктом капіталу для багатьох сільськогосподарських підприємств, що передбачає значні початкові та поточні витрати. Це все більше стосується прогресу в комп'ютеризації та вдосконаленні дизайну. Ця еволюція в конструкції сільськогосподарської техніки принесла значні переваги, такі як підвищення ефективності та продуктивності ферми, а також деякі нові виклики. Основне занепокоєння виникає на ринках післяпродажного обслуговування сільськогосподарської техніки, запчастин і ремонту. Основне занепокоєння полягає в тому, що доступ до ринків післяпродажного обслуговування та конкуренція на них можуть бути обмежені:

— *Гарантійні обмеження*: гарантії виробника можуть вплинути на конкуренцію щодо обслуговування та ремонту та створити перешкоди для входу на ринки ремонту, перешкоджаючи використанню незалежних ремонтників.

— *Технологічні обмеження*: обмеження доступу до програмних засобів, технічної інформації, посібників з обслуговування та запчастин, що зберігаються виробниками, можуть обмежити конкуренцію на ринках післяпродажного обслуговування.

Крім того, ключовою проблемою, що виникає, є контроль і використання даних. Деякі добровільні заходи були прийняті галуззю для підвищення сумісності машин і підвищення прозорості щодо того, як використовуються дані. Це позитивні зміни, і подальші вдосконалення сприятимуть конкуренції та дозволять покупцям приймати обґрунтовані рішення. Важливим питанням, порушеним у цьому дослідженні ринку, є домовленості, які призначають «зону відповідальності» або «основну маркетингову сферу» дилерському центру сільськогосподарської техніки. Хоча на цьому етапі ці домовленості можуть послабити конкуренцію.

Доступ до засобів правового захисту у разі виникнення несправностей обладнання та доступ до ринків післяпродажного обслуговування були основними проблемами, визначеними в дослідженні ринку. Покупці назвали дію гарантій ключовим питанням. Сільськогосподарська техніка – це значні інвестиції. У більшості випадків основним засобом захисту покупця у випадку несправності сільськогосподарської техніки є гарантія виробника. Споживчі гарантії зазвичай не поширюються на придбання техніки. Споживчі гарантії пропонують ряд засобів захисту для покупців споживчих товарів і послуг. Вони застосовуються до продуктів, придбаних підприємствами за певних обставин. Однак навряд чи це стосується більшості закупівель сільськогосподарської техніки, оскільки вона має високу вартість і зазвичай не використовується в особистих, домашніх чи домашніх цілях. Ряд звернень вимагав розширити гарантії споживачів на сільськогосподарську техніку. Хоча гарантії є добровільним захистом, який пропонують виробники, вони містять ряд обмежень, які можуть призвести до значних збитків для покупців у разі несправності обладнання. До них належать:

■ Обмеження відповідальності виробників за втрату прибутку та інші збитки, викликані проблемами з їхнім обладнанням. У деяких випадках це може перешкодити покупцям подати юридичні претензії щодо втрат, які інакше були б доступні поза межами гарантії.

■ Коротка тривалість деяких гарантій, враховуючи вартість і очікуваний термін служби машин.

■ Вимагання від покупців нести витрати на проїзд, транспортування та транспортування, пов'язані з отриманням ремонту, навіть за обставин, коли несправність чи дефект виник не з вини покупця.

Сучасна сільськогосподарська техніка все частіше використовує складні комп'ютеризовані системи, які покладаються на вбудоване програмне забезпечення для функціонування, що призводить до підвищення продуктивності та інновацій. Однак, як наслідок, для ремонту сільськогосподарської техніки може знадобитися доступ до програмного забезпечення, технічної інформації та посібників з обслуговування, які є у виробників. Майже половина учасників опитування повідомили, що вони (або незалежний ремонтник, якого вони найняли) мали обмежений або не мали доступу до діагностичних програмних засобів для проведення обслуговування та ремонту. Ці обмеження можуть вплинути на конкуренцію на ринках післяпродажного обслуговування, незалежно від того, чи є обладнання на гарантії чи ні, обмежуючи можливість незалежних ремонтників брати участь у цих ринках. Сектори виробництва та роздрібної торгівлі стверджують, що такі обмеження необхідні для підтримки стандартів безпеки.

Виробники та дилери мають стимули обмежувати можливість клієнтів використовувати незалежних ремонтників, оскільки такі обмеження збільшують дохід, який вони генерують на ринках післяпродажного обслуговування. Обмеження доступу до необхідних інструментів і технічної інформації та змушення клієнтів покладатися на авторизованих дилерів для обслуговування та ремонту обмежує конкуренцію на ринках післяпродажного обслуговування, ймовірно, призведе до вищих витрат для власників

сільськогосподарської техніки, а отже, знижує загальну ефективність цієї техніки. ринки. Ці обмеження зменшують здатність незалежних ремонтників конкурувати на ринках післяпродажного ремонту, незалежно від того, чи є на обладнання гарантія. Ці обмеження також можуть призвести до погіршення результатів для покупців. Наприклад, покупці, які не можуть швидко відремонтувати обладнання, за певних обставин ризикують значними фінансовими втратами.

Сучасна сільськогосподарська техніка все більше використовує або покладається на комп'ютерні системи, щоб функціонувати належним чином, і багато сільськогосподарських машин тепер мають широкі можливості збору даних. Ці дані є як «даними про техніку», як-от швидкість і час роботи двигуна, так і «даними про виробництво», як-от дані про врожайність зернозбиральних комбайнів. Цінність даних про виробництво, зокрема, зростає з часом, оскільки накопичуються дані за кілька років виробництва. Покращена сумісність машин може сприяти конкуренції. Більше половини (60%) учасників опитування сказали, що сумісність або можлива втрата даних вплине на їхнє рішення щодо купівлі обладнання, що підтримує дані. У низці повідомлень викликано занепокоєння щодо відсутності сумісності між брендами або між старішою та новішою технікою. Відсутність сумісності машинного програмного забезпечення та зібраних даних збільшує витрати на перемикання та створює потенціал для «власного блокування». Це може зменшити вибір покупця, а також може знизити конкуренцію та загальну ефективність ринку.

Результати опитування показують, що покупці сільськогосподарської техніки вважають, що вони отримують занадто мало інформації про свої права щодо даних у торговій точці. Наприклад, майже половина (48%) повідомила, що не отримувала інформації про свої права на дані, коли купувала нову техніку. Враховуючи важливість машинних і виробничих даних як активу, це створює невпевненість серед покупців щодо цінності та використання їхніх даних.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ГЛОБАЛЬНОГО РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ

2.1. Оцінка глобального ринку сільськогосподарської техніки

Деякі типи сільськогосподарської техніки стають все дорожчими як для придбання, так і для ремонту через більшу комп'ютеризацію та витонченість конструкції. Хоча це обладнання може запропонувати підвищену продуктивність і кращу загальну цінність для покупців, воно, ймовірно, буде значним капіталовкладенням. Grains Research and Development Corporation підрахувала, що на основі аналізу ферм у регіоні Wimmera Mallee штату Вікторія капітальні машини становлять у середньому приблизно 11% доходу ферми, а ремонт машин становить ще 6%. У заяві NFF підкреслюється, що переважна більшість сільськогосподарських підприємств (96%) генерує менше ніж 2 мільйони доларів щорічного доходу, тоді як вартість зернозбирального комбайна зросла з менш ніж 100 000 доларів США до приблизно 600 000 доларів США з 1990 року. На малюнку 1.2 показано розподіл за різними типами машин.

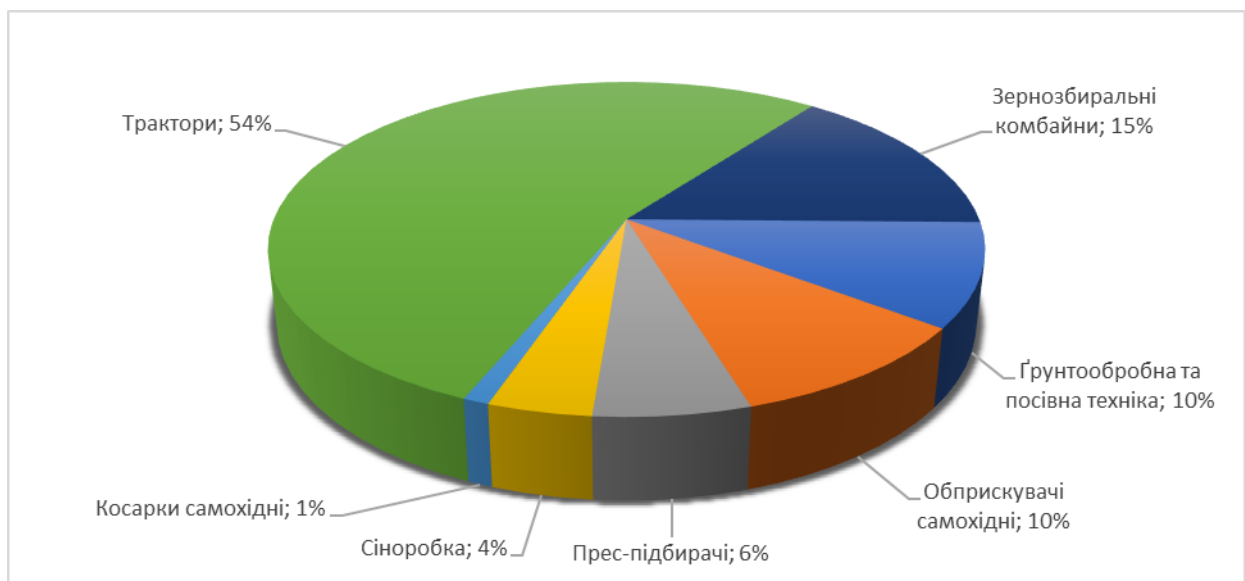


Рис. 2.1. Основні лінії сільськогосподарської техніки як частка від загального обсягу продажів

Джерело: [www.accc.gov.au].

Прикладом збільшення вартості техніки також є продажі тракторів з двигунами потужністю понад 90 кВт. Середня номінальна ціна цих тракторів за останні 10 років зросла на 64% (рис. 2.1). Проте рисунок 2.1 також показує, що номінальні ціни не зросли однаково на всьому ринку; трактори на ринку 30-60 кВт зросли лише незначно, а на ринку 30 кВт ціни не зросли взагалі. Обсяг цього дослідження ринку не поширювався на висновки щодо причин цього.

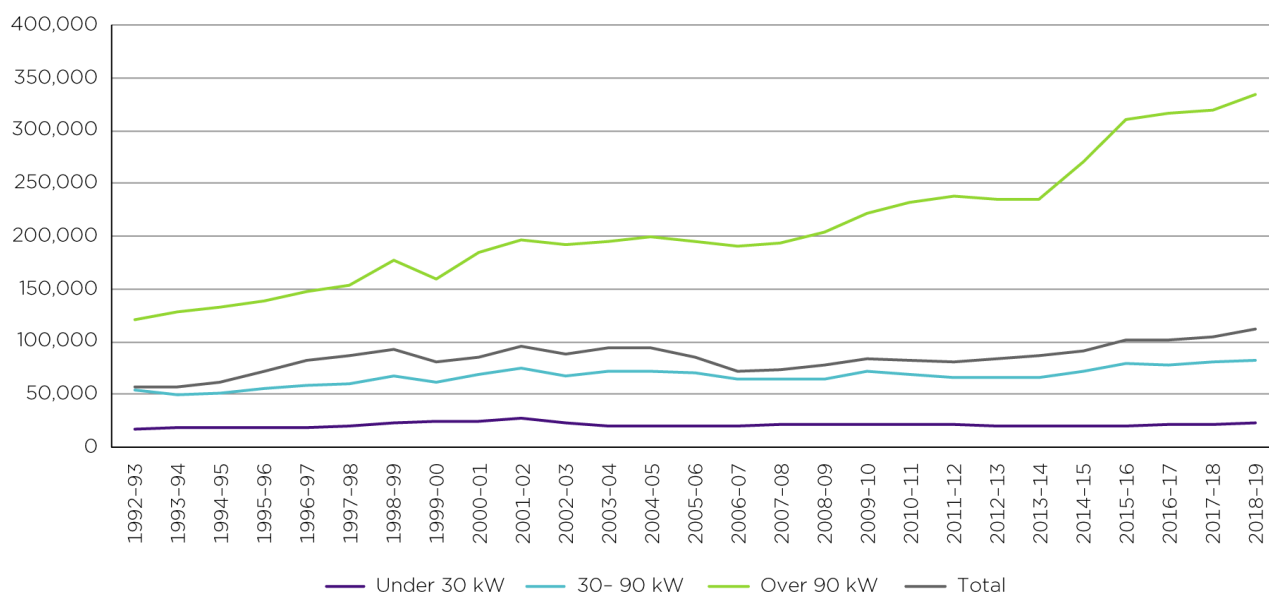


Рис. 2.2. Середня ціна на сільськогосподарську техніку, 2020 р.

Джерело: [www.accc.gov.au].

На цих ринках існує широкий спектр різноманітних продуктів, послуг і географічних ринків. Крім того, конкуренція може відбуватися на різних рівнях ланцюга поставок, наприклад між виробниками або між дилерами. Рівень конкуренції на цих ринках змінюватиметься в залежності від конкретних характеристик кожного ринку. Аналіз рівня конкуренції на ринку зазвичай вимагає поглибленої оцінки низки факторів. До них входять структурні показники (включаючи концентрацію на ринку та бар'єри входу), а також поведінку учасників (включаючи реакцію фірм на пропозиції продуктів і послуг їхніх конкурентів) і ринкові результати (включаючи тенденції в цінах і нормі прибутку). На ринках сільськогосподарської техніки оцінка конкуренції

також вимагала б розгляду цієї динаміки на великій кількості регіональних ринків. Купуючи техніку, покупці надають велике значення обслуговуванню клієнтів і простоті обслуговування. Незважаючи на це, покупці можуть зіткнутися з перешкодами в доступі до своєчасного та економічно ефективного ремонту та технічного обслуговування обладнання, яке вони вже придбали. Рухи «Право на ремонт» з'являються на багатьох ринках у всьому світі для вирішення подібних проблем. Таким чином, розгляд питань конкуренції на ринках післяпродажного обслуговування є ключовим напрямком цього дослідження ринку.

Існує кілька ринків збуту сільськогосподарської техніки, включно з окремими ринками, заснованими на певних продуктах і регіонах. Виробничий сектор ланцюга постачання сільськогосподарської техніки є зосередженим. Загалом існує невелика кількість виробників, які продають сільськогосподарську техніку через офіційних дилерів великій кількості покупців. Основні виробники сільськогосподарської техніки та обладнання, що продаються, зазвичай беруть участь як на первинному (продаж нової техніки), так і на вторинному (обслуговування техніки, запчастини та ремонт) ринках. Серед основних учасників – John Deere, Case IH, New Holland, CLAAS, Massey Ferguson і Kubota. John Deere є дочірньою компанією Chamberlain Holdings Limited. Case IH і New Holland є дочірніми компаніями CNH Industrial Australia Pty Ltd (CNHIA), дочірньої компанії, що повністю належить CNH Industrial NV. John Deere та CNHIA є найбільшими оптовиками сільськогосподарської техніки. Бренд Massey Ferguson належить світовій сільськогосподарській компанії AGCO.

Рівень концентрації ринку, ймовірно, буде вищим у деяких регіонах або на товарних ринках, ніж в інших. Більшість сільськогосподарської техніки виробляється для виконання певних функцій, і вузькоспеціалізована техніка навряд чи матиме багато близьких замінників, залишаючи покупцям обмежений вибір варіантів купівлі в деяких випадках. Прикладом цього є ринок прес-підбирачів для бавовни, який має лише одного виробника-постачальника в

Європі. Крім того, оскільки покупці техніки зазвичай проживають у сільській місцевості та віддалених місцях, деякі регіони можуть бути не в змозі підтримувати достатньо дилерських центрів, щоб надати покупцям широкий вибір.

Гарантія виробника вимагає від виробника допомоги покупцеві, якщо в машині протягом певного періоду виникають певні несправності. Термін залежить від виробника та продукту. Загальний гарантійний термін для тракторів і деяких прес-підбирачів становить 24 місяці або 2000 годин використання, залежно від того, що настане раніше. Загальний період для іншого обладнання, машин або аксесуарів становить 12 місяців або 1000 годин, залежно від того, що настане раніше. Дилери або виробники іноді пропонують розширені гарантії на певні продукти. Розширені гарантії зазвичай охоплюють додаткові роки або години роботи, залежно від того, що настане раніше. Більше третини (36%) учасників опитування покупців сказали, що їм пропонували розширену гарантію, а 11% не впевнені. Однак більшість (89%) сказали, що не купували розширену гарантію. Відповіді на опитування показали, що розширені гарантії варіюються від 2500 доларів США до десятків тисяч доларів і забезпечують додаткове покриття 1000–5000 годин або 1–5 років. Хоча деякі учасники зауважили, що розширені гарантії дорогі, вартість зазвичай становить невеликий відсоток від роздрібної вартості обладнання, і що дилери іноді надають розширені гарантії безкоштовно як маркетингову ініціативу або жест доброї волі.

Середня вартість гарантійних робіт, які фінансуються виробниками, коливається в галузі від приблизно 0,9% до 2% вартості машини на рік. Складність сільськогосподарської техніки та значні інвестиції в спеціалізовані навички та інструменти для ремонту та обслуговування дозволяють виробнику обробляти 1500-2000 гарантійних претензій на місяць. Понад дві третини (77%) учасників опитування покупців подали претензії щодо гарантії на свою сільськогосподарську техніку протягом останніх 5 років, у тому числі 21% подали претензії на одну машину та 36% на кілька одиниць. техніки. Чим

дорожчою була їхня найважливіша покупка за останні 10 років, тим більша ймовірність, що вони скажуть, що зробили принаймні одну гарантійну претензію.

2.2. Аналіз українського ринку сільськогосподарської техніки

Україна має процвітаючий сільськогосподарський сектор і високий експортний потенціал сільськогосподарської техніки. Сільськогосподарські гравці з економічно і технологічно ближчих країн, таких як Молдова, Польща, Литва, Болгарія, Румунія і Грузія, знайомі з українською технікою. Крім того, більш економічно розвинені країни не закриті для створення галузевих каналів продажів. Трактори та навісне обладнання українського виробництва вже експортуються в Німеччину і Туреччину, збиральна техніка – до Франції, а підйомне обладнання – до Китаю, США та Ізраїлю. Початок масованої агресії Росії проти України сколихнув ринок сільськогосподарської техніки: до кінця 2022 року фінансова ємність ринку скоротилася на 21%. Найбільших втрат зазнали такі сегменти:

- навісне обладнання: - (мінус) 50%;
- іригаційне обладнання - (мінус) 40%;
- комбайни - (мінус) 37%.

При цьому потужності з виробництва тракторів і підйомного обладнання не впали, а трохи зросли. Для забезпечення конкурентоспроможності на внутрішньому та експортному ринках експерти галузі рекомендують шукати співробітництво із зарубіжними партнерами, тому що організація сучасних машинобудівних підприємств потребує значних інвестицій і можливості придбання та впровадження передових технологій.

З початку 2023 року Україна перебуває на воєнному стані, що впливає на правові аспекти роботи з автоматизованими пристроями, зокрема з безпілотними літальними апаратами (БПЛА). До початку повномасштабного вторгнення українське законодавство було одним із найм'якіших у світі щодо

використання повітряного простору для обприскування дронами та надання інших роботизованих послуг у сільському господарстві. На початку 2022 року використання БПЛА в сільському господарстві було заборонене, але українське Міністерство аграрної політики та продовольства випустило польоти. В процедуру спілкування з військовою владою для отримання дозволу було внесено зміни, які дозволяли експлуатацію БПЛА в сільському господарстві.

Експерти у сфері сільськогосподарської авіації в інтерв'ю говорили, що бізнес у цьому секторі або повністю припинився, або відійшов на другий план. За іншими даними (дослідження використання агродронів в Україні), за оцінками, 32 % операторів агродронів втратять свої БПЛА 2022 року через блокування зв'язку системами радіоелектронної боротьби, що ще більше ускладнює роботу в цій галузі. Для фермерів, які використовують безпілотники, Міністерство аграрної політики та продовольства України випустило чергову пам'ятку, яка просто визначає порядок запуску БПЛА в сільському господарстві. Згідно з пам'яткою, наразі повітряний простір закрито для приватних користувачів. Однак "для забезпечення належного використання БПЛА в сільському господарстві суб'єкти господарювання повинні звертатися до військової адміністрації відповідного регіону щодо можливості використання БПЛА на певній території (в районі)". Рішення про можливість використання повітряного простору безпілотними літальними апаратами в конкретному районі ухвалює Генеральний штаб Збройних Сил України". За даними Agravery.com, станом на 2021 рік в Україні в сільському господарстві використовують тільки 30% усіх БПЛА. Це набагато менше, ніж у Китаї та США, але в міру зниження цін на технології дедалі більше підприємців, які займаються сільським господарством, купуватимуть БПЛА для своїх потреб.

За даними Міністерства аграрної політики та продовольства України, опублікованими 8 червня 2022 року, фермери в напівзачеплених регіонах України втратили 2 281 одиницю сільськогосподарської техніки. Це фермери Київської, Сумської, Чернігівської, Луганської, Донецької, Херсонської та Миколаївської областей. Станом на квітень 2023 року KSE оцінює прямі збитки

сільськогосподарського сектору України у 8,7 мільярда доларів США. Основна частина прямих збитків (4,7 млрд доларів США) припадає на крадіжки, знищення та пошкодження техніки. За попередніми даними, внаслідок війни було пошкоджено або знищено 109,6 000 одиниць сільськогосподарської техніки. Найпоширенішими видами техніки були трактори на суму 2 мільярди доларів США, сівалки на 647 мільйонів доларів США та борони на 442 мільйони доларів США. Сільськогосподарська техніка практично щодня пошкоджується внаслідок авіаударів та обстрілів. Це завдає значних фінансових збитків підприємствам і ускладнює роботу на полях. Частину техніки було втрачено внаслідок вибухів під час польових робіт, інша була вкрадена російськими окупаційними військами.

За словами одного з респондентів, наразі проблем з імпортом запчастин немає, логістика налагоджена. Коли зовнішній ринок був закритий, компанії намагалися запитися запчастинами на складах, створюючи тим самим штучний надлишок деталей. За словами іншого респондента, який представляє виробничу компанію, компанія втратила більшу частину своєї частки ринку на півдні України, але ринок у Харківській області відновлюється. Деякі фермери, які раніше обробляли землю на власній техніці в прифронтових регіонах, вивезли свою техніку в інші регіони, але змінили свою бізнес-модель і пропонують послуги та оренду техніки, оскільки там немає землі. Респонденти оцінюють втрати власних продажів після повномасштабного вторгнення в 30-60 %, оскільки Запорізька та Херсонська області були основними регіонами споживання.

Наразі Україна має потенціал для розвитку виробництва підйомного обладнання, зрошувальної техніки та навісного обладнання. Компанії, що працюють у цих секторах, такі як "Богуславська сільгосптехніка", "Завод ім. Кобзаренка", "Карлівський машинобудівний завод" (КМЗ), "Ельворті", "Модернізація складських приміщень" та інші, мають досвід експорту та виробництва ліфтового обладнання. Системи", серед інших, мають досвід експорту та представництва компаній у країні-партнері. Натомість виробництво

тракторів та збиральної техніки було недостатньо розвинене ще до повномасштабного вторгнення, і компанії, які зараз є лідерами, сильно постраждали.

За даними Національної служби статистики України, 67% юридичних осіб, що займаються виробництвом машин і устаткування для сільського та лісового господарства, – це малі та мікропідприємства з чисельністю працівників до дев'яти осіб. Аналіз виробничих даних за групою машин та обладнання, включеною до цього дослідження, показує, що серед виробників немає малих підприємств та індивідуальних підприємців: кількість малих підприємств, зареєстрованих за КВЕД 28.3, складає 149, а середніх – 43, що становить трохи більше ніж 30 %.

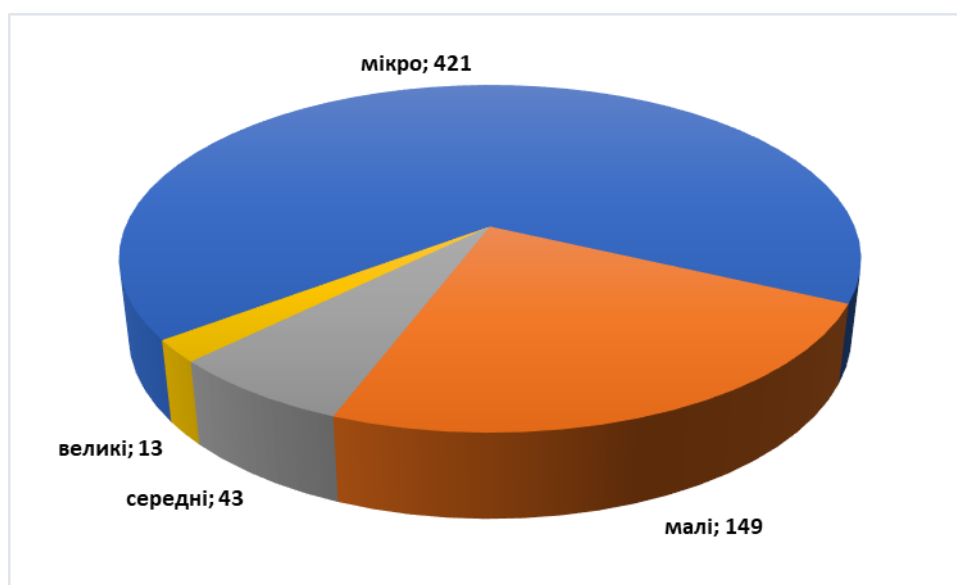


Рис. 2.3. Розподіл зареєстрованих компаній, які працюють в галузі сільськогосподарського машинобудування за кількістю зайнятих працівників, 2021 р.

Джерело: [Державна служба статистики України].

Результати оцінки ємності тільки підтверджують висновки експертів про сплеск імпорту одразу після карантинних заходів під час пандемії COVID-19: зниження ємності ринку 2022 року – це не тільки результат повномасштабного вторгнення, а й повернення до колишніх рівнів.

Таблиця 2.1

**Ємність ринку сільськогосподарської техніки, млн. дол. США, за
товарними групами**

2017		2018	2019	2020	2021	2022
8424 Іригаційна техніка						
Виробництво	13,06	16,84	14,08	11,19	20,57	21,03
Імпорт	85,30	93,75	68,57	17,29	85,93	43,51
Експорт	6,44	8,66	8,00	4,16	10,10	6,75
Ємність ринку	91,92	101,93	74,65	24,32	96,40	57,79
<i>Приріст, %</i>		11%	-27%	-67%	296%	-40%
8428 Елеваторне обладнання						
Виробництво	36,01	28,23	29,19	23,85	24,67	23,27
Імпорт	79,57	77,29	75,96	49,89	66,50	45,68
Експорт	35,76	36,91	39,75	42,74	54,91	32,35
Ємність ринку	73,82	68,61	65,70	31,00	36,26	36,60
<i>Приріст, %</i>		-7%	-4%	-53%	17%	1%
8432 Навісна техніка						
Виробництво	247,42	230,60	136,70	35,82	61,75	26,64
Імпорт	642,79	619,50	472,00	486,10	732,14	379,39
Експорт	62,63	54,92	49,35	27,26	39,83	30,00
Ємність ринку	827,58	795,18	559,36	494,66	754,06	376,03
<i>Приріст, %</i>		-4%	-30%	-12%	52%	-50%
8433 Збиральна техніка						
Виробництво	56,22	47,54	29,18	13,63	11,75	2,95
Імпорт	961,04	668,93	562,70	544,09	884,45	560,53
Експорт	21,73	16,26	16,11	19,75	21,85	9,05
Ємність ринку	995,53	700,21	575,76	537,98	874,35	554,43
<i>Приріст, %</i>		-30%	-18%	-7%	63%	-37%
8701 Трактори						
Виробництво	68,16	52,61	30,65	43,53	38,30	32,23
Імпорт	1 386,25	1 279,36	1 222,68	1 036,93	1 539,97	1 585,21
Експорт	5,69	3,73	2,80	7,68	13,84	14,43
Ємність ринку	1 448,72	1 328,24	1 250,53	1 072,79	1 564,43	1 603,02
<i>Приріст, %</i>		-8%	-6%	-14%	46%	2%

Джерело: [Державна служба статистики України].

У 2021 році всі товарні групи показали зростання, до того ж найбільше зростання продемонструвало іригаційне обладнання; у 2022 році виробничі потужності більшості товарних груп скоротилися, а трактори та елеватори зберегли рівень 2021 року. Основними причинами цього стали необхідність заміни обладнання, що вийшло з ладу, і зростання ціни за одиницю техніки через підвищення обмінного курсу. Тіньовий ринок охоплює три основні елементи:

— *Сірий імпорт*. У цих умовах ціни на обладнання на митниці можуть бути штучно занижені або імпортуватися під іншим кодом із нижчими тарифами. Така практика може існувати, але в обмежених кількостях. Можуть використовуватися тіньові схеми закупівлі запасних частин, зокрема для точної

сільськогосподарської техніки (мікросхеми, мікročіпи). За результатами опитування і моніторингу ринку, обсяг таких поставок не перевищує 5 % від загального обсягу ринку (багато респондентів не говорили про тіньовий ринок, але причини цього незрозумілі - "не знаю" або "не хочу знати").

— *Кустарне виробництво.* Цей сегмент представлений переважно виробниками простої продукції (наприклад, плугів), яка є навісним обладнанням для малопотужних тракторів. Таке обладнання виконує базові функції для фермерів, але коштує набагато дешевше, ніж повноцінна техніка. На думку опитаних експертів, ця частка сягає 15-20 %.

— *Тіньові послуги.* В умовах воєнного стану в Україні, навпаки, частина техніки подвійного призначення імпортується для "цивільних" цілей. Так, певна кількість БПЛА може бути ввезена в якості агродронів і використовуватися в бойових діях.

Станом на 2022 рік вітчизняне виробництво тракторів і збиральної техніки в Україні дуже обмежене, в той час як іригаційна техніка та елеватори виробляються добре. Оскільки розрахунки ведуться у вартісному вираженні, слід враховувати, що імпортна техніка в середньому дорожча за вітчизняну. Найбільш залежними від імпорту товарними групами є трактори та збиральна техніка. На думку експертів ринку, в Україні є якісна вітчизняна техніка, яка може замінити імпортне навісне та підйомне обладнання. Імпорт переважає і у вартісному виразі, оскільки ця техніка значно дешевша за імпортну.

Війна змінила структуру посівних площ і врожайності. У структурі посівів переважають зернові та олійні культури, а виробництво овочів і фруктів розвивається відносно повільно. Оскільки зернові культури є переважною культурою в Україні, попит на сільськогосподарську техніку, що спеціалізується на вирощуванні та обробці зернових (трактори, комбайни, сівалки тощо), високий і стабільний. Виробники техніки, орієнтовані на цей сектор, мають стабільну та перспективну ринкову базу: за результатами посівної кампанії 2022 року найзначніші зміни у складі посівів відбулися по пшениці, кукурудзі, соняшнику та сої.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ

3.1. Виклики та шляхи розвитку ринку сільськогосподарської техніки

В Україні лише фермерські господарства з економічною спроможністю зможуть купувати нову сільськогосподарську техніку. Більшість середніх агровиробників змушені купувати вживану сільськогосподарську техніку. Аналіз середньої вартості однієї імпортованої машини дозволяє зробити наступні висновки. На українському ринку присутня велика кількість техніки, імпортованої з європейських вторинних ринків, яка часто є застарілою та непридатною для реалізації програм інноваційного розвитку сільського господарства, не сприяє зниженню ресурсоємності сільськогосподарської продукції та підвищенню прибутковості виробництва і розвитку. Імпорт запасних частин до сільськогосподарської техніки генерує майже такий самий обсяг імпорту, як і імпорт самої сільськогосподарської техніки.

Незважаючи на виклики, перспективи розвитку сільського господарського ринку України є багатообіцяючими, і є можливості для співпраці та зростання. Незважаючи на заборону на експорт українського зерна, Україна може покращити свій сільськогосподарський сектор наступними шляхами:

- зосередитися на експорті інших сільськогосподарських продуктів, таких як олія, м'ясо та молочні продукти. Україна вже є одним з провідних світових експортерів і має потенціал для подальшого зростання;
- співпрацювати з ЄС у сфері досліджень і розробок в агробізнесі, розробляючи нові технології та практики, які зменшують витрати та підвищують ефективність у сільському господарстві;

- покращити співпрацю з ЄС у сфері маркетингу та просування української сільськогосподарської продукції, підвищити обізнаність про українську сільськогосподарську продукцію в ЄС та збільшити обсяги торгівлі.

Україна також може вжити наступних заходів для покращення співпраці з ЄС у сфері агробізнесу:

- ✓ збільшити обсяги торгівлі сільськогосподарською продукцією між Україною та ЄС шляхом зниження тарифів на українську сільськогосподарську продукцію та спрощення торговельних процедур;
- ✓ інвестувати в розвиток аграрного сектору України шляхом надання субсидій фермерам, фінансування досліджень і розробок у сфері агробізнесу та покращення сільськогосподарської інфраструктури.

Запорукою вітчизняного успіху є висока якість продукції. Це підвищить конкурентоспроможність товару, особливо за межами країни. Активна участь у сільськогосподарських виставках і ярмарках зробить вашу продукцію більш привабливою для широкої аудиторії. Це також дає можливість поспілкуватися з потенційними клієнтами, отримати відгуки та знайти нових партнерів. Наприклад, одна з компаній-респондентів почала експортувати свою продукцію після участі в закордонних виставках: AGRO SHOW (Польща) та Agrotechnica 2023 (Польща). Генеральний директор цієї компанії вважає, що головним фактором просування на експортних ринках є широкий та актуальний асортимент продукції. Головною перевагою українських виробників є задовільна якість і низькі ціни. Також, труднощів з експортом не існує, якщо виробники формують відповідні канали збуту (залежно від виробника та продукту). Найперспективніші країни - Молдова, Румунія, Болгарія та Польща. Європейські країни є найкращими напрямками експорту, а Казахстан має великий потенціал, але наразі не зацікавлений у цьому через логістичні складнощі.

Для виходу на експортні ринки необхідні додаткові ресурси. Це пов'язано з тим, що компаніям зазвичай доводиться проводити власний аналіз потреб ринку, а витрати на проведення виставок сягають 80 000-100 000 євро за одну виставку. Для просування компанії за кордоном важливо мати команду професійних англомовних співробітників, оскільки нині в галузі відчувається значна нестача персоналу, який володіє іноземними мовами на достатньому рівні для спілкування з клієнтами. Також важливо на ранній стадії проаналізувати ринок країни, в яку ви плануєте вийти. Вважаємо Латвію, Литву, Молдову, Румунію, Болгарію та Угорщину перспективними напрямками для експансії. Рекомендуємо відкрити представництво в країні, щоб розвивати там бізнес, а не оцінювати ситуацію з боку.

До пропозицій, які допоможуть українським виробникам сільськогосподарської техніки належать:

- 1) відновити програму компенсації 25% вартості вітчизняних сільськогосподарських машин і обладнання. Відновлення цієї програми сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної продукції та стимулюватиме покупців купувати вітчизняну техніку.
- 2) компенсація за участь у міжнародних виставках. Для участі у виставках за межами країни українським виробникам доводиться витратити 80 000-100 000 євро, що є дуже великою сумою, і не всі компанії можуть собі це дозволити. У Казахстані, наприклад, уряд компенсує вітчизняним виробникам 50 % вартості участі в таких виставках, а в Туреччині - 80 %.
- 3) національні консультаційні послуги з ощадливого виробництва: держава може надавати виробникам консультаційні послуги, спрямовані на підвищення ефективності виробництва та зниження витрат. Це може підвищити конкурентоспроможність їхньої продукції на зовнішніх ринках.

Для покращення ситуації з експортом необхідно надавати консультаційну та інформаційну підтримку українським виробникам для торгівлі за кордоном, тим самим стимулюючи вітчизняних виробників до виходу на зовнішні ринки. Низькі ціни та посередня якість – відмінні риси української техніки. Це пов'язано з тим, що для виробництва якісної продукції потрібні фахівці, а їхня зарплата має бути такою ж прийнятною, як у Європі. Якість також вимагає використання іноземних комплектуючих. У результаті продукція виходить якісною, але дорогою, і виробники втрачають цінову перевагу. Тому, насамперед, необхідно розвивати внутрішній ринок.

До факторів, що змінюють ставлення фермерів до вітчизняної техніки відносять:

- патріотизм; чим більше грошей витрачається на внутрішній ринок, тим краще для країни;
- вітчизняні виробники розробляють досконалішу техніку, збільшуючи різноманітність і конкурентоспроможність;
- ціни, якщо вони зміняться; після перемоги держава може повернутися до програм субсидованої підтримки.

Глобальні тенденції, на які варто звернути увагу виробникам: точне землеробство, сучасні комплектуючі; розвиток виробників техніки буде заохочуватися, бо більшість фермерів переймають європейський та світовий досвід. Наші виробники конкурентоспроможні і конкурують з імпортною технікою переважно за ціною, але за якістю наша техніка порівнянна. Компаніям, які раніше займалися експортом, зараз заважає брак робочої сили і відсутність працівників для забезпечення виробництва. Ситуація в регіонах, які найбільше постраждали від війни, критична. Це спричинено не лише бойовими діями, а й відсутністю доступу до кредитів. У результаті фермери не можуть купити техніку або запчастини. Фінансування в "червоній зоні" може стати вирішенням проблеми, оскільки воно стимулюватиме ринок. Експерти позитивно відгукуються про програму 5-7-9, але є й думки про швидкість процедури та нестабільність умов.

Для виробників техніки важливо оптимізувати витрати і розширювати виробничі потужності за рахунок підвищення ефективності виробництва. Варто відзначити низьку вартість української продукції, але існує гостра необхідність контролю якості, відповідності машин вимогам ЄС та їхньої сертифікації. Для машин з двигунами, ринок ЄС обмежений, оскільки двигуни мають відповідати екологічним стандартам. Воєнний стан в Україні є основною перешкодою для виходу на закордонні ринки. Потенційні покупці не впевнені в стабільності України та її здатності швидко та ефективно виконувати замовлення, оскільки не впевнені в стабільності України та її здатності швидко та ефективно виконувати замовлення. Конкурентною перевагою обладнання завжди була можливість отримання професійних послуг у пункті призначення експорту. Можливість експорту сільськогосподарської продукції необхідна для розвитку галузі, якщо виробники техніки хочуть мати стабільний внутрішній ринок.

Важливо, щоб техніка відповідала сучасним тенденціям в економічному споживанні ресурсів (води, палива, мастильних матеріалів, електроенергії) для стимулювання продажів на зовнішніх ринках. Варто звертати увагу не тільки на нові технології, як-от точна сільгосптехніка та no-till, а й на якість продукції та модернізацію виробництва. Ефективним способом підтримки внутрішнього ринку є запровадження програми повернення ПДВ під час купівлі техніки та послаблення системи контролю за цільовим використанням придбаної техніки. Для розвитку виробництва експерти рекомендують кожному виробнику мати свій земельний банк, який він використовує як "полігон" для тестування обладнання в реальних умовах, і власні конструкторські бюро, щоб постійно вдосконалювати техніку. Для виходу на європейський ринок компанія повинна повністю перебудувати своє виробництво і пройти сертифікацію за участю спеціальної комісії. Кредити під низький відсоток і компенсація логістики необхідні для розвитку виробництва. У довгостроковій перспективі найбільш корисним було б просування професії інженера-механіка та підвищення якості професійної освіти в галузі.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі запропоновано нове вирішення проблеми глобального ринку сільськогосподарської техніки. Це дало можливість сформулювати висновки щодо шляхів розвитку ринку сільськогосподарської техніки.

1. У секторі сільськогосподарської техніки можна визначити 2 загальні ринки: ринок закупівлі техніки або «ринок постачання» (первинний ринок) і ринок обслуговування, ремонту та заміни частин, який зазвичай називають «ринком післяпродажного обслуговування» («вторинний ринок»). Сільськогосподарська техніка є значним об'єктом капіталу для багатьох сільськогосподарських підприємств, що передбачає значні початкові та поточні витрати. Це все більше стосується прогресу в комп'ютеризації та вдосконаленні дизайну. Ця еволюція в конструкції сільськогосподарської техніки принесла значні переваги, такі як підвищення ефективності та продуктивності ферми, а також деякі нові виклики. Сучасна сільськогосподарська техніка все більше використовує або покладається на комп'ютерні системи, щоб функціонувати належним чином, і багато сільськогосподарських машин тепер мають широкі можливості збору даних.

2. Переважна більшість сільськогосподарських підприємств (96%) генерує менше ніж 2 мільйони доларів щорічного доходу, тоді як вартість зернозбирального комбайна зросла з менш ніж 100 000 доларів США до приблизно 600 000 доларів США з 1990 року. Прикладом збільшення вартості техніки також є продажі тракторів з двигунами потужністю понад 90 кВт. Середня номінальна ціна цих тракторів за останні 10 років зросла на 64%. За даними Національної служби статистики України, 67% юридичних осіб, що займаються виробництвом машин і устаткування для сільського та лісового господарства, – це малі та мікропідприємства з чисельністю працівників до дев'яти осіб. Станом на 2022 рік вітчизняне виробництво тракторів і збиральної техніки в Україні дуже обмежене, в той час як іригаційна техніка та елеватори

виробляються добре. Оскільки розрахунки ведуться у вартісному вираженні, слід враховувати, що імпортна техніка в середньому дорожча за вітчизняну.

3. До пропозицій, які допоможуть українським виробникам сільськогосподарської техніки належать: (1) відновити програму компенсації 25% вартості вітчизняних сільськогосподарських машин і обладнання. Відновлення цієї програми сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної продукції та стимулюватиме покупців купувати вітчизняну техніку; (2) компенсація за участь у міжнародних виставках. Для участі у виставках за межами країни українським виробникам доводиться витратити 80 000-100 000 євро, що є дуже великою сумою, і не всі компанії можуть собі це дозволити. У Казахстані, наприклад, уряд компенсує вітчизняним виробникам 50 % вартості участі в таких виставках, а в Туреччині - 80 %. (3) національні консультаційні послуги з ощадливого виробництва: держава може надавати виробникам консультаційні послуги, спрямовані на підвищення ефективності виробництва та зниження витрат. Це може підвищити конкурентоспроможність їхньої продукції на зовнішніх ринках.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іванишин В.В. Тенденції розвитку світового ринку сільськогосподарської техніки. Ефективна економіка. 2012. № 2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1509>.
2. Мальчик М.В., Попко О.В. Маркетингові дослідження стану та перспектив розвитку ринку сільськогосподарської техніки України. Вісник економічної науки України. 2016. № 2. С. 126–129.
3. Навроцький Я.Ф. Сучасний розвиток ринку сільськогосподарської техніки. Економічний аналіз. 2015. Т. 19. № 3. С. 63–69.
4. Навроцький Я.Ф. Тенденції розвитку ринку сільськогосподарської техніки. Економіка АПК. 2015. № 8. С. 56–59.
5. Соловей Д.Ю., Білоусько Я.К. Аналіз кон'юнктури ринку сільськогосподарської техніки в Україні. Економіка АПК. 2014. № 1. С. 40–44.
6. Аграрний сектор України на шляху до євро інтеграції: монографія / Авт. кол. Бетлій М. та ін.; за ред. О. М. Бородіної. Ужгород: ІВА, 2006. 496 с.
7. Лобас Л., Ляшенко А., Стретович В. Як обрати зернозбиральний комбайн (чи існує межа надійності). Техніка АПК. 2005. № 8. С. 18-20.
8. Захарчук О.В. Матеріально-технічне забезпечення сільськогосподарських підприємств України та їх модернізація. Економіка АПК. 2016. №7. С. 72-79.
9. Грінчук І.О. До питання про матеріально-технічне забезпечення фермерських господарств. Вісник Житомирського національного агроекологічного університету. 2012. № 2 (2). С. 117-123.
10. Іванишин В.В. Ціноутворення на технічні засоби для сільськогосподарського виробництва. Вісник аграрної науки. 2010. № 12. С. 56-58.
11. Труш Н.І. Ресурсно-технічне забезпечення виробничої діяльності сільськогосподарських підприємств у аграрній сфері регіону. Агросвіт. 2011. № 5. С. 41-44.

12. Гронська Н. Цільовий ринок сільськогосподарської техніки. Національний ун-т "Львівська політехніка", Львівський держ. аграрний ун-т. Л.: [б.в.], 2000. 238 с.
13. Ринок сільськогосподарської техніки: проблеми становлення. К.: ННЦ "Інститут аграрної економіки", 2005. 214 с.
14. Лупенко Ю.О. Формування попиту на сільськогосподарську техніку в Україні. Механізація і електрифікація сільського господарства. 2013. Вип. 97 (2). С. 363-371.
15. Довгань Л.Є., Каракай Ю.В. Стратегічне управління: Навч. посібник. К: Видавництво "Центр учбової літератури", 2009. 440 с.
16. Дубровіна К. Мотивація, як функція менеджменту. *Вісник*. Київ, 2016. Вип. 2 (30). С. 40-42.
17. Іншин М. І. Особливості мотивації працівників в ЄС. *Часопис Київського університету права*. 2015. № 2. С. 140-143.
18. Кошовий Б.-П. О. Мотиваційні концепції потреб в управлінні демотивацією персоналу малих підприємств. *Економіка. Фінанси. Право*. 2014. № 1. С. 29–32.
19. Криворотько І. О. Дослідження зарубіжного досвіду мотивації персоналу для використання в українських умовах. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2013. № 2. С. 151-154.
20. Крушельницька О.В. Управління персоналом: навчальний посібник / О.В. Крушельницька, Д.П. Мельничук. К.: Кондор, 2003. 296 с.
21. Кузнецова С.А. Стратегический менеджмент: учебник. Новосибирск: Знание, 2016. 200 с.
22. Курманська В. Д. Мотивація персоналу у системі управління людськими ресурсами в сучасних умовах господарювання. *Ринок праці та зайнятість населення*. 2014. № 3. С. 26-29.
23. Кушнерик О. В. Оцінка мотивації праці персоналу підприємства з переробки сільськогосподарської продукції: інноваційний підхід. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 22. С. 93–97.

24. Онищенко В. П. Основні концептуальні положення сучасного міжнародного менеджменту. *Економіка України*. 2008. №11. С.4-18.
25. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
26. Осецький В. Л. Поступ системи мотивації праці: від матеріалізації до постматеріалістичних цінностей. *Економічна теорія*. 2011. № 2. С. 47-57.
27. Пастухова В. В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність. Київ: КНТЕУ, 2002. 301 с.
28. Рутьєв В. А. Гуткевич С. О., Мостянська Т. Л. Управління персоналом : навч. посібн.. К. : Кондор, 2013. 310 с.
29. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2002. 351 с.
30. Урманов Ф. Ш., Касімова А. А. Мотивація – основний чинник ефективності управлінської праці. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2017. № 4. С. 98–102.
31. Шаульська Л. В. Карпенко А. В.. Соціальна політика як передумова розвитку інтелектуальних складових людського потенціалу. *Менеджмент та підприємництво: тренди розвитку. Електронне наукове періодичне видання*. 2018. № 2 (04). С. 33–44.
32. Шкурат М.Є. Інформаційне забезпечення управління персоналом в умовах організації колективної роботи. *Економіка і організація управління*. 2016. №3. С. 368–374.
33. Alexandrov, G.V., Tseselskaya, E.V. Foreign experience in the field of enhancing staff motivation and retaining staff in the enterprise. *Postulate*, 2017. 6(20), 56-60.
34. Borscheva, A.V., Ilchenko, S.V. Evaluation of the effectiveness of the personnel policy of the organization. *Bulletin of Experimental Education*, 2017.4(13), 41-51.
35. Dryakhlov, N., Kupriyanov, E. Personnel motivation system in Western Europe and the USA. *Problems of Theory and Practice of Management*, 2009. 2, 83-88.