

УДК 631.3:659.152.2
JEL: L14; L29; Q13
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-5-296-303>

ВИСТАВКОВА ДІЯЛЬНІСТЬ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ТЕХНІКИ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОГО СЕРЕДОВИЩА

©2025 ГОЛОВНЯ О. М., ЧЕМЕРИС Ю. С.

УДК 631.3:659.152.2
JEL: L14; L29; Q13

**Головня О. М., Чемерис Ю. С. Виставкова діяльність суб'єктів ринку сільськогосподарської техніки
в умовах глобального середовища**

У статті проаналізовано сучасний стан і тенденції розвитку ринку сільськогосподарської техніки в Україні, зокрема скорочення обсягів реалізації вітчизняної техніки, зростання імпорту та поступову втрату позицій українського машинобудування на користь іноземних виробників. Одним із дієвих інструментів для відновлення конкурентоспроможності суб'єктів ринку визначено участь у міжнародних виставково-ярмаркових заходах. Виставкова діяльність розглядається авторами як складова маркетингової та комунікаційної стратегії підприємств, що дозволяє не лише представити продукцію, а й зміцнити ділові зв'язки, вивчити споживчий попит, провести тестування техніки, отримати прямий зворотний зв'язок і підвищити впізнаваність бренду. У дослідженні систематизовано основні види виставкових заходів, їх особливості в аграрному секторі (сезонність, потреба в демонстрації функціоналу техніки, інтернаціоналізація, технічна складність експонатів). Окрема увага приділена прикладу участі українського виробника Elvorti у виставці Agrotek 2024, що засвідчило успішний досвід просування української техніки на міжнародному рівні. Проаналізовано роль цифрових інструментів у підвищенні ефективності виставкової діяльності, зокрема: онлайн-стендів, CRM-систем, віртуальних презентацій, аналітики. Розкрито значення кластерних ініціатив та технологічної екосистеми для колективної участі у виставках. Запропоновано ключові метрики для оцінювання ефективності участі у виставках: лідогенерація, CAC, ROI, рівень брендової впізнаваності, що дозволяє інтегрувати виставкову діяльність у стратегічне управління компанією в умовах глобальної конкуренції.

Ключові слова: ринок сільськогосподарської техніки, виставкова діяльність, міжнародні аграрні виставки, ефективність участі у виставці.

Табл.: 1. Формул: 3. Бібл.: 13.

Головня Олена Михайлівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри бізнесу та сфери обслуговування, Вінницький національний аграрний університет (вул. Сонячна, 3, Вінниця, 21008, Україна)

E-mail: ellens@meta.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8396-4846>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1929039/olena-golovnia/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57210414324>

Чемерис Юрій Станіславович – аспірант кафедри бізнесу та сфери обслуговування, Вінницький національний аграрний університет (вул. Сонячна, 3, Вінниця, 21008, Україна)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5025-338X>

UDC 631.3:659.152.2

JEL: L14; L29; Q13

Holovnia O. M., Chemerys Yu. S. Exhibition Activities of Market Participants in agrarian Machinery in the Context of the Global Environment

The article analyzes the current state and trends in the development of the agrarian machinery market in Ukraine, in particular the decline in sales of domestic machinery, the increase in imports, and the gradual loss of positions of Ukrainian machine engineering in favor of foreign manufacturers. One effective tool for restoring the competitiveness of market participants is identified as participation in international exhibition and fair events. The authors regard exhibition activities as a component of the marketing and communication strategy of enterprises, which allows not only to present products but also to strengthen business connections, study consumer demand, conduct equipment testing, obtain direct feedback, and enhance brand recognition. The study systematizes the main types of exhibition events, their features in the agrarian sector (seasonality, the need for equipment functionality demonstration, internationalization, and technical complexity of exhibits). Special attention is paid to the example of the participation of the Ukrainian manufacturer Elvorti in the Agrotek 2024 exhibition, which demonstrated the successful experience of promoting Ukrainian equipment at the international level. The role of digital tools in enhancing the efficiency of exhibition activities is analyzed, particularly online stands, CRM systems, virtual presentations, and analytics. The significance of cluster initiatives and technological ecosystems for collective participation in exhibitions is revealed. Key metrics are proposed for assessing the efficiency of participation in exhibitions: lead generation, CAC, ROI, brand awareness level, which allows for integrating exhibition activities into the strategic management of the company amidst global competition.

Keywords: market of agrarian machinery, exhibition activities, international agrarian exhibitions, efficiency of participation in the exhibition.

Tabl.: 1. Formulae: 3. Bibl.: 13.

Holovnia Olena M. – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Business and Service Spheres, Vinnytsia National Agrarian University (3 Soniachna Str., Vinnytsia, 21008, Ukraine)

E-mail: ellens@meta.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8396-4846>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1929039/olena-golovnia/>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57210414324>

Chemerys Yuriy S. – Postgraduate Student of the Department of Business and Service Spheres, Vinnytsia National Agrarian University (3 Soniachna Str., Vinnytsia, 21008, Ukraine)

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-5025-338X>

Одним із ключових завдань державного регулювання аграрної сфери в Україні є створення та вдосконалення сучасної інфраструктури аграрного ринку. Важливе місце в цій інфраструктурі займають виставки та ярмаркові заходи. У нинішніх умовах такі події виступають ефективним інструментом інтеграції, сприяючи просуванню українських товарів і виробників на міжнародні ринки. Сучасне глобальне економічне середовище вирізняється значною різноманітністю продукції та послуг, які виготовляються в різних країнах, що, своєю чергою, призводить до посилення конкуренції між провідними виробниками, державами та регіонами, які спеціалізуються на певних галузях виробництва [7].

Дослідження теоретичних, методичних і практичних аспектів участі суб'єктів сільськогосподарського ринку у виставково-ярмарковій діяльності здійснювали такі вітчизняні теоретики та практики, як: Крижановський В. Г. [8], який визначав урбаністичний аспект можливих проблем і конфліктних ситуацій відновлення музейно-виставкових об'єктів; Любельчук А. П., Костюченко О. А. [10] – досліджували тенденції формування архітектури сучасних виставкових центрів; Мунтян І. В., Соколюк К. Ю., Значек Р. Р. [11] – вивчали можливості просування бренду через виставково-ярмаркову діяльність.

Проте бракує досліджень, пов'язаних з виставковою діяльністю суб'єктів ринку сільськогосподарської техніки. Тому *метою статті* є дослідження особливостей стану та розвитку виставкової діяльності учасників ринку сільськогосподарської техніки в умовах глобалізованого середовища.

Сільськогосподарська техніка або сільськогосподарське обладнання належить до механічних пристроїв і конструкцій, які використовуються в сільському господарстві чи іншій сільськогосподарській діяльності. Різноманітні типи цього обладнання варіюються від ручних і електроінструментів до тракторів і безлічі сільськогосподарського обладнання, яке можна використовувати для буксирування або експлуатації. Різноманітне обладнання використовується в органічному та неорганічному землеробстві.

До сільськогосподарської техніки та сільськогосподарського обладнання відносять: косарки, екскаватори, борони, культиватори, граблі, трактори, зернозбиральні комбайни, розпилювачі, ланцюгові пили, кушорізи та багато іншого.

У 2012 р. обсяг реалізації сільськогосподарської техніки українськими виробниками на внутрішньому ринку складав 773,9 млн дол. США (44,1% реалізації техніки на ринку України), а у 2023 р. обсяги реалізації скоротилися до 339,7 млн дол.

США (18%). На тлі послаблення позицій українського агромашинобудування поступово відбувається заміщення вітчизняної техніки іноземними аналогами. Це свідчить про глибоку кризу галузі сільськогосподарського машинобудування, якості та технологічності продукції вітчизняного виробництва та рівня попиту на неї.

У 2024 р., не зважаючи на ризики, пов'язані з веденням воєнних дій на території України, обсяги імпорту техніки почали зростати. За січень – вересень 2024 р. порівняно з відповідним періодом 2023 р. зросли обсяги імпорту у вартісному вимірі цілої низки видів сільгосптехніки:

- ✦ тракторів – з 230,4 млн дол. США до 288,4 млн дол. США (+25,2%);
- ✦ ґрунтообробної техніки – з 163,8 млн дол. США до 226,3 млн дол. США (+38,2%);
- ✦ збиральної техніки – з 221,1 млн дол. США до 241,8 млн дол. США (+9,4%) [4].

З метою отримання численних переваг суб'єкти ринку сільськогосподарської техніки беруть участь у міжнародних виставках. Виставкова діяльність суб'єктів ринку сільськогосподарської техніки – це сукупність організаційних, маркетингових та інформаційно-презентаційних заходів, спрямованих на просування сільськогосподарської техніки шляхом участі у спеціалізованих виставках, ярмарках, форумах, днях поля тощо. Така участь надає різні вигоди: пряму комунікацію з цільовою аудиторією, можливість зібрати конкурентну інформацію, стимулювання збуту, налагодження міжнародного співробітництва, демонстрацію інновацій та технологічного рівня.

Участь в міжнародних сільськогосподарських виставках може включати:

- ✦ презентацію нових моделей техніки та технологій;
- ✦ налагодження контактів з потенційними споживачами, дилерами, партнерами;
- ✦ дослідження ринку та аналіз конкурентів;
- ✦ формування іміджу компанії та підвищення впізнаваності бренду;
- ✦ вивчення споживчого попиту та зворотного зв'язку безпосередньо на місці.

Участь у виставках дає змогу суб'єктам ринку – виробникам, дилерам, сервісним компаніям – позиціонувати себе як активних гравців аграрного ринку та реагувати на виклики глобального середовища.

Серед особливостей виставкової діяльності на ринку сільськогосподарської техніки варто відмітити такі:

1. Сезонність і циклічність попиту на техніку. Сільське господарство тісно пов'язане із сезонними циклами, що визначає періодичність ви-

ставок і час підготовки до них. Більшість виставкових заходів проводиться в міжсезоння – восени або взимку, коли аграрії завершили основні польові роботи та можуть приділяти увагу плануванню закупівель та оновленню технопарку.

2. Необхідність демонстрації функціоналу обладнання – живі покази, польові випробування. На відміну від товарів масового споживання сільгосптехніка потребує живої демонстрації в роботі. Це обумовлює популярність форматів «день поля» польових виставок і тест-драйвів. Для багатьох покупців важливо побачити реальні технічні характеристики – потужність, витрати палива, продуктивність тощо.

3. Інтернаціоналізація. Провідні компанії (CLAAS, John Deere, KUHN, New Holland, Amazone тощо) щорічно беруть участь у міжнародних виставках, таких як:

- AGRITECHNICA (Німеччина) – найбільша світова виставка сільськогосподарської техніки;
- EIMA International (Італія) – форум інновацій у механізації сільського господарства;
- InterAGRO (Україна) – провідна національна виставка, яка приваблює іноземних учасників.

Інтернаціоналізація також означає зростання мовних, культурних і логістичних викликів, які компанії повинні враховувати при плануванні участі у виставках.

4. Технічна складність продукції – потребує кваліфікованого персоналу на стендах. Продукція агротехнічного ринку – це переважно високотехнологічні агрегати (комбайни, трактори, сівалки, GPS-навігація, дрони), які потребують кваліфікованої консультації на місці. Тому стенди виробників обслуговують інженери, агрономи, менеджери з техпідтримки.

Утабл. 1 наведено провідні міжнародні виставки сільськогосподарської техніки, які відбулися протягом 2024 р.

Наприклад, одна з наймасштабніших агропромислових подій Північної Європи – виставка Agromek 2024 у Данії. Виставка Agromek 2024 традиційно є платформою для знайомства з новітніми технологіями, укладання міжнародних угод і налагодження зв'язків між компаніями. У 2024 році в заході взяли участь сотні компаній з усього світу, а кількість відвідувачів перевищила 40 тис.

Виставка стала платформою для представлення досягнень українських компаній та розвитку їхніх бізнес-контактів на міжнародній арені. Український стенд на події був організований за підтримки Асоціації «Укراгромаш», програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України» та Федерації роботодавців України.

Серед українських виробників сільськогосподарської техніки у виставці вперше узяла участь Elvorti. Участь у Agromek 2024 стала важливим етапом у просуванні продукції «Ельворті» на міжнародний ринок. Ця подія дозволила компанії презентувати свою продукцію широкій аудиторії, знайти нових партнерів та зміцнити свій імідж як провідного виробника сільськогосподарської техніки в Україні.

Компанія ELVORTI презентувала дві свої передові моделі, які викликали значний інтерес як серед фермерів, так і серед міжнародних партнерів:

- ★ ALFA 4 NO-TILL – модернізована зернова сівалка для мінімального обробітку ґрунту, що забезпечує високу ефективність роботи навіть у складних умовах;
- ★ TETIS – причіпний обприскувач, створений для точного внесення засобів захисту рослин і добрив. Його головними перевагами є економія ресурсів та підвищення врожайності, що особливо актуально для європейських аграріїв [6].

Ареною для демонстрації найсучасніших рішень у сфері точного землеробства, автоматизації, робототехніки та штучного інтелекту стала XXX Міжнародна виставка сільськогосподарських технологій AGROTECH, яка відбулася 14–16 березня 2025 р. у виставковому центрі Targi Kielce в Польщі. Особлива увага була зосереджена на технологіях, що підтримують екологічно чисте сільське господарство, ефективне використання води та енергії. Протягом 30 років AGROTECH є найбільшою виставкою в закритих павільйонах у Центрально-Східній Європі [5].

AGROTECH 2025 відзначилася значним фокусом на інноваціях і технологіях 4.0. Відвідувачі мали змогу ознайомитися з найсучаснішими тракторами, комбайнами, обладнанням для обробки ґрунту, а також системами точного землеробства та автоматизації. Попит на автономних роботів, системи збору та аналізу даних, а також рішення на базі штучного інтелекту свідчить про активну цифровізацію аграрного сектора. Виставка також охопила широкий спектр продукції, пов'язаної з аграрним виробництвом: від добрив і засобів захисту рослин до насіння, кормів та обладнання для тваринництва. Особлива увага була приділена сталому розвитку та екологічним ініціативам, що сприяють підвищенню ефективності сільського господарства та зменшенню його впливу на навколишнє середовище.

AGROTECH 2025 підтвердила свій статус провідної виставки сільськогосподарської техніки в Центрально-Східній Європі, об'єднавши учасни-

Провідні міжнародні виставки сільськогосподарської техніки

№ з/п	Назва виставки	Характеристика виставки	Дата та місце проведення, цикл проведення
1	Agri Week Tokyo 2025	Провідна в Азії виставка технологій у сільському господарстві та тваринництві. Охоплює всі сільськогосподарські /тваринницькі матеріали та технології. Представлено сільськогосподарські дрони, технології розумного землеробства, сільськогосподарська техніка, товари, пов'язані з тваринництвом, тощо	09–11 жовтня 2024 р., Тіба, Японія, раз на рік
2	Elmia Agriculture Machinery & Cultivation 2024	Міжнародна виставка техніки, землеробства та ІТ	16–18 жовтня 2024 р., Енчепінг, Швеція, кожні 2 роки
3	Growmach 2024	Міжнародна виставка тракторів, сільськогосподарської техніки, обладнання та технологій. Приймає міжнародних представників державного та приватного секторів на конференції та заходи, пов'язані із сектором сільськогосподарської техніки	08–12 жовтня 2024 р., Експоцентр Анталії, Туреччина, раз на рік
4	Agricultural Machinery Expo Maatalous Konemessut 2024	Є найбільшою закритою сільськогосподарською виставкою у Фінляндії	17–19 жовтня 2024 р., Виставковий центр Гельсінкі, Фінляндія, кожні 2 роки
5	Eima International 2024	Одна з найбільших виставок сільськогосподарської техніки у світі. Вона включає понад 1900 експонентів і приваблює понад 300 000 відвідувачів. Подія охоплює широкий спектр секторів, включно із тракторами, землерийною технікою та системою поливу. Це чудова можливість побачити новітні технології, зустрітися з лідерами галузі та налагодити зв'язок з італійськими виробниками компонентів	06–10 листопада 2024 р., Палаццо Альбергаті, Італія, кожні 2 роки
6	Agroteknikk 2024	Одне з найбільших і найважливіших місць сільськогосподарських зустрічей в Скандинавії	14–17 листопада 2024 р., Ліллестрем, Норвегія, кожні 3 роки
7	Austro Agrar Tulln 2024	Австрійська виставка сільськогосподарських технологій, стійких технологій, насіння, комунального будівництва, виноробства та виноробства	20–23 листопада 2024 р., Австрія, кожні 4 роки
8	Agromek 2024	Міжнародна виставка сільськогосподарської техніки, великої рогатої худоби та свиней	26–29 листопада 2024 р., Виставковий центр Хернінг, Данія, кожні 2 роки
9	Agrama 2024	Швейцарська виставка сільськогосподарської техніки. Виставка є найбільшою швейцарською виставкою сільськогосподарської та лісової техніки	28 листопада – 02 грудня 2024 р., Берн, Швейцарія, кожні 2 роки

Джерело: складено авторами за [1].

ків та відвідувачів з різних країн для обміну досвідом і розвитку бізнес-контактів. Ювілейна виставка продемонструвала ключові тренди агросектора, серед яких цифровізація, автоматизація та сталі технології [2].

Компанія «LandEcoTech» активно бере участь у міжнародних виставках, що підтверджує її прагнення до розвитку та інтеграції в глобальний аграрний ринок. Зокрема, у березні 2025 року компанія представила свої інноваційні рішення на ювілейній

виставці AGROTECH у Польщі, яка відбулася з 14 по 16 березня в Targi Kielce. Ця подія є найбільшою сільськогосподарською виставкою в закритих павільйонах у Центральній Європі.

У роботі виставки взяв участь національний дистриб'ютор «LandEcoTech». Компанія просуває передові технології в галузі точного землеробства, автоматизації та екологічно чистого сільського господарства. Особливу увагу було зосереджено на системах для внесення КАС/ПКД IRIS, які є частиною стратегії компанії щодо впровадження інноваційних рішень у сільському господарстві. Участь у таких міжнародних виставках дозволяє «LandEcoTech» обмінюватися досвідом з іншими учасниками, встановлювати нові ділові контакти та отримувати актуальну інформацію про тенденції та інновації в аграрній галузі, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності компанії та її інтеграції в міжнародну економіку.

Таким чином, участь «LandEcoTech» у міжнародних виставках є важливим елементом стратегії компанії щодо розвитку та впровадження інновацій у сільському господарстві, що відповідає сучасним вимогам сталого та ефективного агровиробництва.

Стенд на виставці – це не просто точка продажу, а елемент загальної брендової комунікації. Для підвищення ефективності участі у виставках компанії повинні: розробити унікальну візуальну концепцію (кольори, стиль, логотип, меседжі); формувати єдине бренд-повідомлення, яке відповідає місії компанії; залучати амбасадорів бренду або публічних осіб; підготувати інтерактивні матеріали – каталоги, відео, VR-моделі; забезпечити підготовку персоналу до якісної презентації бренду.

З метою вдосконалення планування та організації участі суб'єктів ринку сільськогосподарської техніки у виставкових заходах варто активніше використовувати цифрові технології. Цифровізація виставкової діяльності дозволяє суттєво розширити охоплення аудиторії, зменшити витрати та залучити нові сегменти клієнтів. До основних цифрових інструментів виставкової діяльності слід віднести:

- ✦ *віртуальні стенди*: 3D-презентації техніки, інтерактивні тури, відео з демонстрацією робототехніки;
- ✦ *онлайн-виставки*: доступ до продукції та матеріалів 24/7 (приклад – Agritechnica Digital);
- ✦ *CRM-системи*: для збору контактів відвідувачів та автоматизації подальших продажів;
- ✦ *цифрова аналітика* (кількість переглядів стенду, збережені матеріали, зворотний зв'язок тощо);

- ✦ *інтеграція із соціальними мережами та маркетинговими платформами* для просування участі у виставці (SMM, email-розсилки, таргетинг).

Участь суб'єктів у виставково-ярмаркових заходах можлива за рахунок участі у кластерних ініціативах для колективних виставкових стендів.

Кластерний підхід дозволяє об'єднувати ресурси кількох компаній, що працюють у суміжних галузях (наприклад, виробники техніки, запчастин, сервісу). У такій співпраці учасники отримують переваги: синергія в просуванні (спільний стенд із чіткою галузевою спеціалізацією приваблює більше відвідувачів); економія витрат на логістику, дизайн стенду, маркетингову підтримку; підвищення авторитету через участь у кластерах, підтриманих державою або галузевими об'єднаннями.

У часи кризи зростає потреба в нових підходах і партнерствах, які допоможуть адаптуватися до глобальних викликів. Український технологічний ринок активно об'єднує зусилля для створення екосистеми, яка підтримує співпрацю, обмін досвідом і впровадження інновацій. Центральну роль у цьому процесі відіграють технологічні кластери – унікальні платформи для вирішення складних задач, розвитку перспективних проєктів і посилення економічного потенціалу країни.

Ключова перевага кластерів – це можливість консолідації зусиль учасників, оптимізації використання ресурсів та прискорення впровадження інноваційних ідей. Вони стають платформами для спільного створення продуктів, які здатні відповісти сучасним викликам ринку та стимулювати економічний розвиток.

Громадська спілка Techosystem за підтримки міжнародних партнерів, держави та ключових стейкхолдерів працює над формуванням нових кластерів, які стануть каталізатором для інновацій. У фокусі – чотири стратегічні напрями: AgriFood Tech, EdTech, HealthTech та Energy & Environment Tech. У першому кварталі 2025 р. ці кластери мали розпочати роботу, формуючи нові можливості для технологічного прориву.

Ініціатива формування кластерів – це стратегічний крок для консолідації зусиль технологічного ринку України. Кластери створюють платформу для співпраці, допомагаючи компаніям знайти партнерів, розробляти спільні проєкти та презентувати українські інновації на міжнародному рівні.

Цей підхід підтримується Міністерством цифрової трансформації в межах проєкту Good Governance Fund «Дигітальна екосистема», що фінансується UK International Development. Імплементаторами проєкту є Abt Global і KPMG в Україні в партнерстві з Techosystem.

Запуск нових кластерів у 2025 році стане фундаментом для довгострокового розвитку української інноваційної екосистеми та її інтеграції у глобальні технологічні тренди [12].

Виставкова діяльність потребує значних інвестицій, тому важливо оцінювати її ефективність. Основними показниками аналізу участі компанії у виставці є такі.

1. Лідогенерація та кількість контактів (лідів), зібраних під час виставки. Лідогенерація – це процес виявлення та вирощування потенційних клієнтів для продуктів або послуг бізнесу. За своєю суттю сенс лідогенерації передбачає залучення приватних осіб або компаній, які проявили інтерес до того, що ви пропонуєте. Розуміння цієї концепції має вирішальне значення для розробки ефективних стратегій лідогенерації. У контексті лідогенерації *лід* – це потенційний клієнт, який виявив інтерес до вашого продукту або послуги. Значення лідогенерації включає різні методи, які використовуються для фіксації конкретних деталей про цих потенційних клієнтів, таких як імена, адреси електронної пошти або номери телефонів. Як правило, потенційні клієнти самі надають ці дані добровільно [9].

2. Конверсія в реальні продажі протягом 3–12 місяців після участі в заході. У продажах конверсія показує відсоток відвідувачів, які здійснили покупку після відвідування виставки або взаємодії з продуктом чи послугою.

$$\text{Конверсія} = \frac{\text{кількість цільових дій}}{\text{загальна кількість відвідувачів виставкового стенду}} \cdot 100\%. \quad (1)$$

3. Вартість одного залученого клієнта (CAC). CAC – це загальна вартість залучення нового клієнта, включаючи витрати на маркетинг і продажі.

$$\text{CAC} = \frac{\text{загальні витрати на маркетинг і продажі}}{\text{кількість залучених нових клієнтів}} \quad (2)$$

Цей показник допомагає оцінити ефективність маркетингових зусиль. Чим нижче CAC, тим ефективніші стратегії залучення використовує компанія [13].

4. Рівень впізнаваності бренду до та після участі у виставці (за допомогою опитувань, охоплення в ЗМІ). У сфері B2B, де процес ухвалення рішень про закупівлю зазвичай супроводжується значними фінансовими витратами та тривалим аналізом, важливу роль відіграє сила бренду. Надійний і впізнаваний бренд здатен стати ключовим чинником при виборі ділового партнера. Його наявність забезпечує: 1) *формування довіри*: відомий бренд знижує рівень сприйняття ризиків і підвищує впевненість у виборі постачальника;

2) *диференціацію на ринку*: завдяки оригінальному брендовому позиціонуванню компанія може ефективно вирізнитися серед конкурентів; 3) *зміцнення клієнтської лояльності*: компанії з високим рівнем впізнаваності мають більше шансів зберігати клієнтів, сприяючи довготривалим відносинам і повторним продажам.

Основні підходи до вивчення впізнаваності бренду в B2B-сегменті: 1) *опитування цільової аудиторії*: систематичне використання анкет дозволяє визначити, наскільки добре споживачі знають бренд; 2) *аналіз згадок у соціальних мережах*: відстеження реакцій та коментарів у цифровому середовищі надає уявлення про репутацію компанії; 3) *проведення інтерв'ю з клієнтами*: особисті розмови з ключовими партнерами дозволяють глибше зрозуміти, як саме сприймається бренд; 4) *порівняльний аналіз конкурентів*: вивчення рівня пізнаваності інших гравців ринку дає змогу краще оцінити власні позиції та виявити потенційні напрями покращення.

5. Прямий ROI, або Return on Investment: співвідношення витрат на участь до прибутку, отриманого від контрактів, укладених на виставці або після неї.

$$\text{ROI} = \frac{\text{чистий прибуток}}{\text{інвестиційні витрати}} \cdot 100\%. \quad (3)$$

ROI – це не лише показник ефективності, але й інструмент для стратегічного планування, який можна використати для ефективного підвищення прибутковості бізнесу шляхом: 1) *ідентифікація ефективних каналів*: завдяки аналізу ROI по різних каналах продажів дозволяє розраховувати найбільш прибуткові з них; 2) *оптимізація бюджету через перерозподіл інвестицій у напрямки з вищим ROI*, що забезпечує кращу віддачу від вкладених коштів; 3) *прийняття обґрунтованих рішень та використання ROI як основи для рішень*, які дозволяють уникнути витратних помилок і зосередитися на прибуткових об'єктах [3].

Додатково можна використовувати аналітичні інструменти Google Analytics, соціальних мереж і CRM-систем, щоб відстежити поведінку потенційних клієнтів після виставки.

Ці напрямки дозволяють зробити виставкову діяльність не лише ефективним PR-інструментом, а й комерційно виправданим заходом з чітко вимірюваними результатами.

ВИСНОВКИ

Таким чином, участь у виставках для суб'єктів ринку сільськогосподарської техніки є не лише інструментом просування продукції, а й стратегічним елементом ринкової діяльності. Вона дозволяє

формувати довгострокову присутність на глобальному ринку, адаптуватися до змін у споживчих очікуваннях, технологічних трендах і конкурентному середовищі. В умовах глобалізації та цифровізації особливо важливо впроваджувати сучасні формати комунікації, застосовувати інструменти аналітики та CRM-системи, а також залучатися до кластерних ініціатив і державних програм підтримки експорту. Це забезпечує не лише зростання конкурентоспроможності, а й відкритість до сталого міжнародного партнерства в аграрному секторі. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Agriculture – Agricultural Machinery Trade shows. URL: https://www.eventseye.com/fairs/st1_trade-shows_agriculture-agricultural-machinery.html
2. AGROTECH 2025: ювілейна виставка інновацій та технологій у сільському господарстві. URL: <https://manupackaging.ua/agrotech-2025-juvilejna-vistavka-innovacij-ta-tehnologij-u-silskomu-gospodarstvi/>
3. ROI у продажах без складних формул – як бізнес можна виміряти і примножити прибуток. URL: <https://surl.lt/zsrImy>
4. В Україні спостерігається глибока криза сільськогосподарського машинобудування. *Kurkul*. 02.12.2024. URL: <https://kurkul.com/news/37389-v-ukrayini-sposterigayetsya-gliboka-kriza-silskogospodarskogo-mashinobuduvannya>
5. Вже у березні 2025 року ювілейна виставка AGROTECH у Польщі. *AgroLux*. 22.01.2025. URL: https://agro.provse.kh.ua/vzhe-u-berezni-2025-roku-yuvilejna-vystavka-agrotech-u-polshhi/?utm_source=chatgpt.com
6. Вітчизняний виробник презентував с/г техніку на виставці Agromek 2024. *Kurkul*. 09.01.2024. URL: <https://kurkul.com/news/37443-vitchiznyaniy-virobnik-prezentuvav-s-g-tehniku-na-vistavtsi-agromek-2024>
7. Головня О. М. Виставково-ярмаркова діяльність як інтеграційний інструмент реалізації інтересів АПК. *Проблеми економіки*. 2022. № 1. С. 20–25. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-1-20-25>
8. Крижановський В. Г. Можливі проблеми та конфліктні ситуації відновлення музейно-виставкових об'єктів (урбаністичний аспект). *Теорія та практика дизайну*. 2024. Вип. 32. С. 36–44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2024.32.5>
9. Лідогенерація: як побудувати базу контактів. URL: <https://www.ecommercebridge.co.ua/lead-generation>
10. Любельчук А. П., Костюченко О. А. Тенденції формування архітектури сучасних виставкових центрів. *Теорія та практика дизайну*. 2023. Вип. 29–30. С. 82–88. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2023.29-30.9>

11. Мунтян І. В., Соколюк К. Ю., Значек Р. Р. Виставково-ярмаркова діяльність як ефективна організаційна форма просування бренду. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія «Економічні науки»*. 2020. № 2. С. 46–55. DOI: <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.2.3>
12. Чотири нові технологічні кластери стартують у першому кварталі 2025 року: як це змінить Україну. URL: <https://agriteka.com/3839-chotiri-nov-tehnologchn-klasteri-startuyut-u-pershomu-kvartal-2025-roku-yak-ce-zmnit-ukrayinu.html>
13. Семенов С. Як правильно рахувати юніт економіки. URL: LTV, CAC та ROI. *Projector*. URL: <https://surl.li/blthxd>

REFERENCES

- “Agriculture – Agricultural Machinery Trade shows”. https://www.eventseye.com/fairs/st1_trade-shows_agriculture-agricultural-machinery.html
- “AGROTECH 2025: yuvileina vystavka innovatsii ta tekhnolohii u silskomu hospodarstvi” [AGROTECH 2025: Anniversary Exhibition of Innovations and Technologies in Agriculture]. <https://manupackaging.ua/agrotech-2025-juvilejna-vistavka-innovacij-ta-tehnologij-u-silskomu-gospodarstvi/>
- “Chotyry novi tekhnolohichni klasteri startuiut u pershomu kvartali 2025 roku: yak tse zminyt Ukrainu” [Four New Technology Clusters to Launch in the First Quarter of 2025: How This Will Change Ukraine]. <https://agriteka.com/3839-chotiri-nov-tehnologchn-klasteri-startuyut-u-pershomu-kvartal-2025-roku-yak-ce-zmnit-ukrayinu.html>
- Holovnia, O. M. “Vystavkovo-yarmarkova diialnist yak intehtatsiinyi instrument realizatsii interesiv APK” [Exhibitions and Fairs as an Integration Tool for Implementing the Interests of Agricultural Enterprises]. *Problemy ekonomiky*, no. 1 (2022): 20–25. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-1-20-25>
- Kryzhanovskiy, V. H. “Mozhlyvi problemy ta konfliktni sytuatsii vidnovlennia muzeino-vystavkovykh ob'ektiv (urbanistychnyi aspekt)” [Possible Problems and Conflict Situations of Restoration of Museum and Exhibition Objects (Urban Aspect)]. *Teoriia ta praktyka dyzainu*, no. 32 (2024): 36–44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2024.32.5>
- “Lidoheneratsiia: iak pobuduvaty bazu kontaktiv” [Lead Generation: How to Build a Contact Database]. <https://www.ecommercebridge.co.ua/lead-generation>
- Liubelchuk, A. P., and Kostyuchenko, O. A. “Tendentsii formuvannia arkhitektury suchasnykh vystavkovykh tsentriv” [Architectural Formation Trends of Modern Exhibition Centers]. *Teoriia ta praktyka dyzainu*, no. 29–30 (2023): 82–88. DOI: <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2023.29-30.9>

Muntian, I. V., Sokoliuk, K. Yu., and Znachek, R. R. "Vystavkovo-yarmarkova diialnist yak efektyvna orhanyzatsiina forma prosuvannia brendu" [Exhibition and Trade Fair Activities as an Effective Framework for Brand Promotion]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Seriya «Ekonomiczni nauky»*, no. 2 (2020): 46-55.
DOI: <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2020.2.3>
"ROI u prodazhakh bez skladnykh formul – yak biznes mozha vymiryaty i prymnozhyty prybutok" [ROI in Sales Without Complex Formulas – How a Business Can Measure and Multiply Profits]. <https://surl.it/zsrlmy>
Semenov, S. "Yak pravylno rakhuvaty yunit ekonomiku. LTV, CAC ta ROI" [How to Calculate Unit Economics Correctly. LTV, CAC and ROI]. *Projector*. <https://surl.li/blthxd>
"V Ukraini sposterihaetsia hlyboka kryza silskohospodarskoho mashynobuduvannia" [Ukraine Is Experiencing a Deep Crisis in Agricultural Machinery Manufacturing]. *Kurkul*. December 02, 2024. <https://kurkul.com/news/37389-v-ukrayini-sposterigayet-sya-gliboka-kryza-silskogospodarskogo-mashinobuduvannya>
"Vitchyzniani vyrobnyk prezentuvav s/h tekhniku na vystavtsi Agromek 2024" [Domestic Manufacturer Presented Agricultural Machinery at the Agromek 2024 Exhibition]. *Kurkul*. January 09, 2024. <https://kurkul.com/news/37443-vitchiznyaniy-virobnik-prezentuvav-s-g-tehniku-na-vistavtsi-agromek-2024>
"Vzhe u berezni 2025 roku yuvileina vystavka AGROTECH u Polshchi" [Already in March 2025, the Anniversary Exhibition AGROTECH in Poland]. *AgroLux*. January 22, 2025. https://agro.provse.kh.ua/vzhe-u-berezni-2025-roku-yuvilejna-vystavka-agrotech-u-polshhi/?utm_source=chatgpt.com

УДК 632.95.2
JEL: O13; Q13
DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-5-303-310>

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ЗАСОБІВ ЗАХИСТУ РОСЛИН В УКРАЇНІ

©2025 ЛИМАР В. В.

УДК 632.95.2
JEL: O13; Q13

Лимар В. В. Державне регулювання діяльності суб'єктів ринку засобів захисту рослин в Україні

Мета дослідження полягає в аналізі державного регулювання діяльності суб'єктів ринку засобів захисту рослин в Україні та розробці рекомендацій щодо підтримки діяльності операторів даного ринку. У статті визначено, що ринок засобів захисту рослин (ЗЗР) є однією з ключових складових аграрного сектора України, що безпосередньо впливає на продовольчу безпеку, екологічну стабільність і здоров'я населення. В умовах відкритої економіки та глобалізації особливої ваги набуває питання ефективного державного регулювання цього ринку. Адже неконтрольоване використання або обіг небезпечних речовин може мати згубні наслідки не лише для довкілля, а й для економіки загалом. Визначено, що державне регулювання дозволяє забезпечити контроль якості ЗЗР, що потрапляють на український ринок. Це надзвичайно важливо, оскільки наявність фальсифікованих або несертифікованих препаратів становить пряму загрозу як для врожайності сільськогосподарських культур, так і для здоров'я людей, які споживають продукти, вирощені з використанням таких засобів. Також державне регулювання сприяє охороні навколишнього середовища. Неправильне застосування ЗЗР здатне призвести до забруднення ґрунтів, водних ресурсів і скорочення популяцій корисних комах, зокрема запилювачів. Держава, запроваджуючи екологічні норми та контроль за дотриманням технологій внесення ЗЗР, може мінімізувати такі ризики. Зазначено, що в умовах євроінтеграційного курсу України важливим є гармонізація національного законодавства з європейськими стандартами. Це дозволить покращити доступ українських аграріїв до європейських ринків, одночасно підвищивши якість і безпечність вітчизняної аграрної продукції. Відповідні державні органи мають виступати гарантантами дотримання фітосанітарних вимог, а також забезпечувати інформування та навчання фермерів.

Ключові слова: ринок засобів захисту рослин (ЗЗР), державне регулювання, сільське господарство, сільськогосподарське підприємство, попит, пропозиція.

Рис.: 1. **Табл.:** 2. **Бібл.:** 14.

Лимар Валерія Валеріївна – доктор економічних наук, доцент, професор кафедри міжнародних відносин і зовнішньої політики, Донецький національний університет імені Василя Стуса (вул. 600-річчя, 21, Вінниця, 21021, Україна)
E-mail: limval55555@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4328-7529>

UDC 632.95.2
JEL: O13; Q13

Lyamar V. V. The State Regulation of the Activities of Plant Protection Products Market Players in Ukraine

The aim of the research is to analyze the State regulation of the activities of entities in the market of plant protection products in Ukraine and to develop recommendations for supporting the activities of operators in this market. The article points out that the market of plant protection products (PPP) is one of the key components of Ukraine's agricultural sector, which directly influences food security, environmental stability, and public health. In the context of an open