

5. Антонян О.А. Розробка індикаторів стану системи економічної безпеки суб'єктів підприємництва з використанням концепції системи збалансованих показників / О.А. Антонян / «Вчені записки Університету економіки та права «КРОК» / Ун-т економіки та права «КРОК». – Вип.1 1997). – Вип. 27: у 2-х т. – К., 2011. Т.1. Держава та суб'єкти підприємництва: актуальні виклики та економічна безпека. – С. 18-23.

6. Антонян О.А. Метод багатокритеріальних шкал в задачах трансформації показників діяльності суб'єктів господарювання для опису стану їх економічної безпеки / О.А. Антонян / «Менеджмент соціокультурної діяльності: стан та перспективи: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (Луганськ, 12 – 13 травня 2011 р.). – Луганськ: Вид-во ЛДІМК, 2011. – С. 7-11.

7. Антонян О.А. Розробка системи показників оцінки діяльності соціально-економічних систем / В.А. Рач, О.А. Антонян // «Статистична оцінка соціально-економічного розвитку»: Зб. наук. праць Всеукраїнської науково-практичної конференції / Заг. ред. Р.О. Кулинич. – Хмельницький: вид-во Хмельницького університету управління та права, 2008. С. 160-162.

УДК 338.43:636.09

## **СИСТЕМНО-СТРУКТУРНИЙ АНАЛІЗ СУТНОСТІ ВЕТЕРИНАРНИХ ПОСЛУГ І ОСОБЛИВОСТЕЙ ЇХ НАДАННЯ**

*Аранчій Я.С., здобувач,  
Полтавська державна аграрна академія  
Круковська О.В., аспірант,  
Херсонський державний аграрний університет*

*У статті здійснений системно-структурний аналіз сутності ветеринарних послуг і особливостей їх здійснення, обґрунтовані шляхи активізації ветеринарної діяльності.*

*The article is systematic and structural analysis of the nature of veterinary services and features of their implementation, reasonable ways of veterinary activities.*

**Постановка проблеми.** Протягом двох останніх десятиріч сфера послуг є одним із секторів економіки, що динамічно розвиваються. Повною мірою це стосується й надання послуг у галузях сільського господарства. Прискорена динаміка надання послуг є глобальною тенденцією більшості країн світу. Це пов'язано, насамперед, із збільшенням обсягів їх проміжного і кінцевого споживання. Як наслідок у світовій економіці відзначається постійне зростання частки сфери послуг у сукупному валовому внутрішньому продукті. У сучасних умовах вона дорівнює понад 70,0 % від загального обсягу ВВП. Вказане свідчить про перевищення частки сфери матеріального вироб-

ництва продукції. Таке співвідношення є характерним як для економічно розвинених, так і країн, що розвиваються. До таких структурних пропорцій наближається й економіка України.

Ветеринарна діяльність є однією із найменш поширених та досліджених у сфері послуг. Повною мірою це стосується досліджень послуг у аграрній сфері економіки, де під сервісом розуміється переважно матеріально-технічне забезпечення та ремонт техніки. Між тим ветеринарна діяльність залишається мало вивченою, хоча в останні десятиріччя до неї привернута особлива увага. Це пов'язано, насамперед, з поширенням хвороб, переносниками яких є свійські та дикі тварини, загрозою епідемій (пандемій) у глобальному вимірі. По-друге, у тваринництві все більшого застосування набувають нові технології годівлі, утримання та вирощування тварин і птиці. Вони пов'язані із розробкою та використанням різноманітних біодобавок, стимуляторів росту, антибіотиків, ліків, що потребує відповідного ветеринарного супроводу. По-третє, за останній період значно зросли обсяги виробництва та реалізації тваринницької продукції населенням, що також потребує відповідного ветеринарного аналізу.

З іншої сторони, із реформуванням сільськогосподарського виробництва кількість ветлабораторій, ветлікарень, ветеринарних лікарів значно зменшилася, що було пов'язано із розпаюванням великих сільськогосподарських підприємств, у т.ч. тваринницьких ферм та комплексів. Згортання галузі тваринництва, яке відбувалося в останні десятиріччя, занепад племінної справи також не сприяли розвитку ветеринарної діяльності. Не достатніми темпами та в недостатній кількості велася підготовка спеціалістів з ветеринарії. До того ж вказані процеси не отримали належної оцінки у дослідженнях економістів-аграрників.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У роботах О. Алексеєва, Т. Арасланової, А. Баталова, В. Бугакова, Н. Внукової, В. Маркової, Е. Майдебури, О. Перебийноса, О. Пустовойта, Н. Ситника, А. Челенкова здійснені важливі кроки щодо визначення ролі ветеринарних послуг на аграрному ринку, організації їх здійснення. Проте проблеми ідентифікації ветеринарної діяльності як важливої складової аграрної сфери економіки, обґрунтування принципів її формування, організаційно-економічного механізму функціонування, державної підтримки висвітлені недостатньо. Це зумовило вибір теми даної статті. У дослідженні використанні такі методи і підходи: діалектичний, системно-структурного аналізу і синтезу, монографічний, економічного прогнозування.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У наукових публікаціях ветеринарна послуга розглядається як специфічний товар; певна діяльність; особлива споживча вартість, яка задовольняє потреби людини через обслуговування тварин. Вона також розуміється як функція, що задовольняє потреби відтворення. Проте кожний підхід відображає лише окремі частки соціально-економічної сутності ветеринарної послуги. На нашу думку, системне визначення послуги можливе за умови їх поєднання в єдиному комплексі взаємозалежних факторів.

Насамперед ветеринарна послуга – це вид діяльності фахівців ветеринарної медицини, яка спрямована на забезпечення корисного ефекту у формі здорового та продуктивного розвитку тваринного світу і на цій основі – відповідних прибутків. Об'єктом купівлі-продажу виступає не лише процес надання послуги, а й ефект від її отримання. При цьому визначити якість обслуговування можна не тільки під час лікування, а й в результаті огляду та оцінки фізіологічного стану тварин. Тому важливим моментом у визначенні особливостей ветеринарної діяльності, функціонування ветеринарних підприємств є аналіз послуг, як важливого напрямку ветеринарного обслуговування.

Соціально-економічна сутність ветеринарної послуги полягає у тому, що відбувається реалізація не просто послуги, а специфічного товару, який задовольняє потреби передусім у забезпеченні розширеного відтворення тваринництва. При цьому такі послуги можуть мати специфічний характер в залежності від галузі тваринництва, де вони надаються, - вирощування ВРХ, свинарство, вівчарство, кролівництво, птахівництво. Окрім того, специфічними є ветеринарні послуги, які надаються при утриманні та догляді за домашніми тваринами.

Всю сукупність ветеринарних послуг можна розподілити за функціями (огляд, профілактика хвороб, вакцинація або щеплення, лікування, регулювання репродуктивних функцій, контроль та оцінка споживчих якостей готової продукції). За обсягами це можуть бути послуги масового характеру, одиничні або групові (вибіркові). За видами ветеринарні послуги розподіляються за галузями. Надання ветеринарних послуг необхідно розглядати як процес вирішення проблем споживачів. Саме тому варто аналізувати її з різних сторін, а саме: зміст, особливість надання, доцільність, якість, конкурентоспроможність, універсальність, трудомісткість, наявність альтернатив, вартість, ціна.

Основою визначення природи ветеринарних послуг є також їх порівняння із загальною категорією “послуги”. Важливе значення має виявлення ознак (властивостей), які відносять діяльність спеціалістів ветеринарної медицини до категорії “послуга” та відрізняють її від інших видів послуг. При цьому існуюча література є дуже бідною як на теоретичні, так і на практичні розробки цієї проблеми. тому звернемося до системного підходу при її вирішенні.

Системно-структурний аналіз сфери послуг показує, що ветеринарні послуги не виступають аналогом інших видів обслуговування. Проте схожість повинна існувати, що свідчило б про приналежність даного виду діяльності до сфери обслуговування. Деякі науковці вважають описання властивостей послуги більш продуктивним дослідженням, ніж спроба дати їй визначення. Як і більшість видів послуг, ветеринарна послуга є дією або процесом, нездатною до зберігання, більш мінливою за якістю порівняно з матеріально-речовинним товаром, а також її надання і споживання ідентичні у часі.

Неможливість послугу продемонструвати, побачити, попробувати, транспортувати, зберігати, упаковувати або вивчити до моменту отримання

спричиняє те, що послуга є “невідчутною, невловимою”. Це благо не у вигляді речей, а у формі діяльності, яка саме і дає бажаний результат. У результаті послуги не створюється новий, раніше не існуючий матеріально-речовинний продукт, але змінюється стан уже наявного створеного продукту. Загалом відмічене існування різноманітних проявів послуги, - від нездатності до зберігання до одночасного виробництва і споживання. Незаперечним є той факт, що корисний ефект від ветеринарних послуг можна відчутти лише протягом певного проміжку часу після їх отримання. Покупець ветеринарних послуг не має змоги “потримати в руках”, щоб оцінити запропоноване благо до моменту придбання.

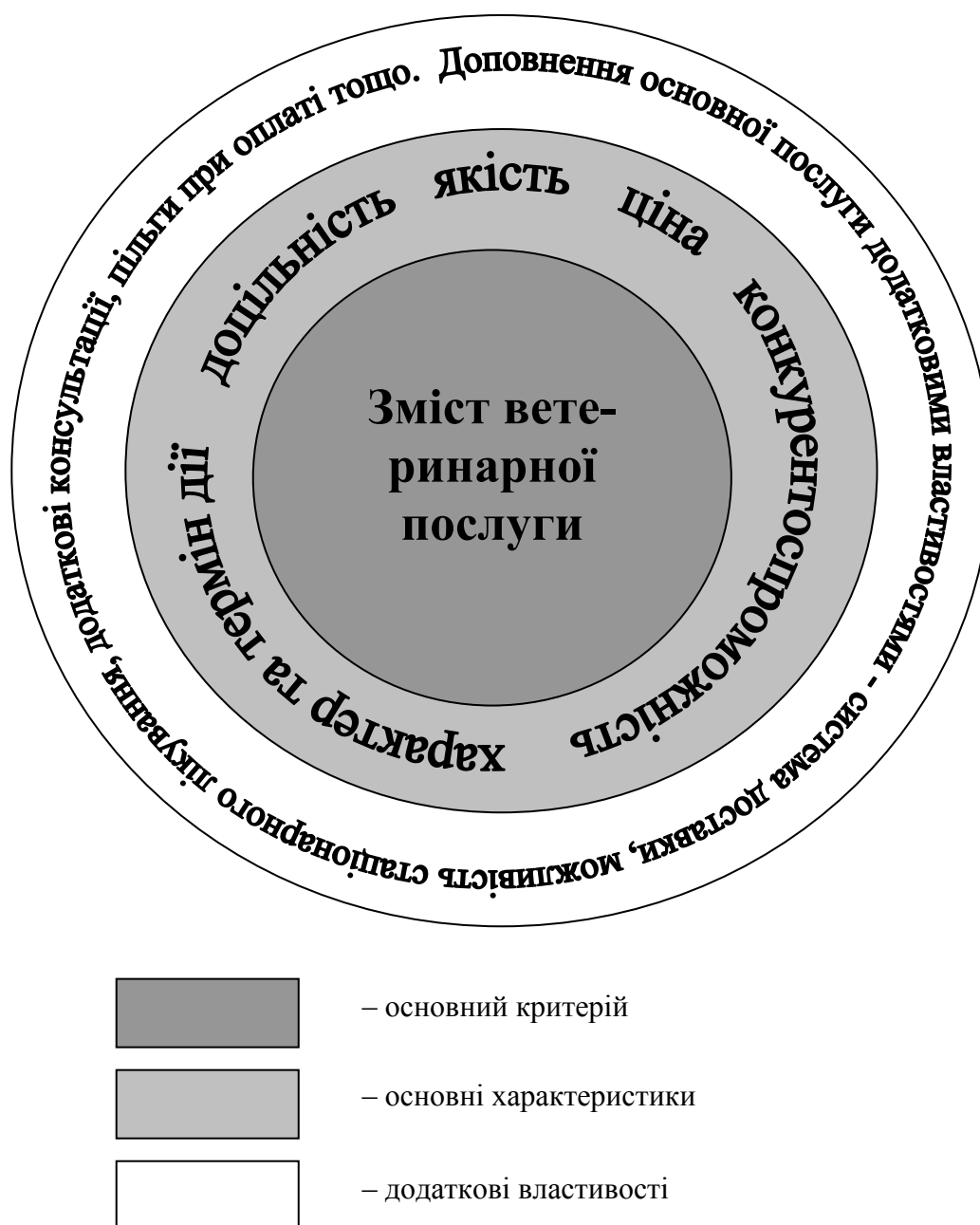


Рис. 1. Соціально-економічний зміст та структура ветеринарних послуг

Формування рішення про купівлю ветеринарної послуги на основі доцільності її придбання випереджає процес отримання послуги та якісну оцінку даного блага, адже дуже багато залежить від репутації постачальника послуги. Вона стає основою нецінової конкурентної переваги. В даному випадку присутність ризику покриває відомість фахівця ветеринарної медицини, довіра до нього, його знань і професійності. В результаті споживач отримує благо, проявом якого є попередження захворювання тварини або її лікування, що має безпосередній вплив на матеріально-фінансовий або емоційний стан особи, що є власником тварини.

Нематеріальність послуги дещо ускладнює її реалізацію споживачам. Поєднання процесів виробництва і споживання з реалізацією створює проблеми як для покупців, так і для продавців. Її важко показати клієнтам, а ще важче пояснити, за що вони платитимуть гроші. Покупцю важко зробити правильний вибір, оскільки оцінити дане благо можна тільки в процесі його споживання або після отримання послуги. Сумісність надання та споживання дає можливість покупцю “бачити” процес виробництва, брати в ньому участь. В цьому плані процес надання послуги для споживача настільки ж важливий, як і його результат.

Під час обслуговування ступінь безпосереднього контакту продавця-покупця може бути різним: без присутності покупця послуги, із незначним та повним контактом. Невід’ємною частиною послуги стає ветеринарний фахівець, тому важливу роль відіграють професійні навички та індивідуальність постачальника. Ставляться особливі вимоги й до системи контролю якості послуги. Інакше кажучи, споживач платить не за абстрактну послугу, а за конкретний процес обслуговування, де головна увага зосереджується на професійних навичках виробника послуги. Замовник ветеринарних послуг може бачити процес “виготовлення” послуги. Якщо йому не сподобається, як поводить себе постачальник, наступного разу він обере інше джерело, а це означатиме для постачальника послуги втрату прибутку.

Неможливо послугу “попередньо виготовити” і надати споживачеві у необхідний чи зручний для нього час. З одного боку, це є однією з причин, через яку в деяких країнах лікарі беруть плату з замовників послуг навіть якщо ті не з’явилися на прийом. З іншого боку, якщо послуга вчасно не надана, поступово втрачається її цінність і корисний ефект у майбутньому. Тому послуга є цінною тільки у певний час і у визначеному місці з обов’язковою присутністю виробника і споживача. Дуже часто миттєвість послуги відіграє вирішальну роль. Тільки своєчасно надані ветеринарні послуги дають позитивний результат обслуговування. Фізіологічний стан тварини, обсяги та показники якості продукції тваринництва (у випадку із продуктивними сільськогосподарськими тваринами) визначають міру задоволення потреб замовника ветеринарних послуг. Послуга може моментально втратити свою корисність, якщо її надати несвоєчасно. При цьому корисність відновити неможливо або дуже важко.

Поєднання виробництва та споживання послуг спричиняє до виникнення ще однієї важливої ознаки формування ринку послуг – близькість послуг

до споживача. Великий вплив на діяльність суб'єкта, який може надавати ветеринарні послуги, здійснює розміщення потенційних замовників послуг. Необхідність прямого контакту лікаря із твариною робить неможливим перепродажу послуги і формування багатьох каналів розподілу. Територіальний чинник є визначальним у випадку замовлень невідкладних ветеринарних послуг. Ветеринарні послуги неможливо транспортувати. Вони повинні бути локалізовані у місцях їх надання.

У структурі суб'єктів, що надають ветеринарні послуги, насамперед, виділяються державні та приватні ветеринарні служби. Вони можуть бути загального призначення (ветеринарні аптеки, клініки, лікарні), ветеринарні лабораторії для сертифікації готової тваринницької продукції у місцях масової реалізації або переробки; ветлікарні та служби, які обслуговують потреби сільськогосподарського тваринництва, мисливських господарств, заповідників. Послуги, які вони надають, значно різняться між собою за суттю, формами, напрямками, термінами, видами, собівартістю, цінами.

В умовах вільного вибору суб'єкти, що надають послуги, змушені вивчати поведінку споживачів, потреби та бажання. З точки зору забезпечення оптимального функціонування суб'єктів ринку, які надають послуги, зусилля повинні спрямовуватись на вивчення потреб замовників конкретних послуг з метою їх максимального задоволення та одержання прибутку. На основі цього послуги можуть бути наділені тими ознаками, яких найбільше потребують потенційні покупці. Набір цих ознак і визначає якість послуги на ринку, її конкурентоспроможність. Вибір суб'єкта, який надає послуги, відбувається до моменту виробництва і споживання послуги. Рівень її якості, вважають В. Зейтхамл і М. Бітнер, необхідно демонструвати споживачеві за допомогою створення особливого комплексу маркетингових комунікацій. Такої ж думки дотримується і К. Гронроос.

Проблемою є ідентифікація змісту та вимірювання якості ветеринарних послуг. Лес Геловой наводить шість підходів до визначення якості будь-яких послуг: абстрактність, задоволення очікувань покупців, відповідність стандартам, відсутність помилок, співвідношення цінності та вартості, перевищення очікувань покупців. Визначення якості послуг ґрунтується на тому, що вважають важливим споживачі. Дослідники якості послуг вирішують рівняння з трьома невідомими: суб'єктивізм оцінки покупців, невизначеність категорії якості та невідчутність послуги.

Якість послуги формується з урахуванням її дуалістичного характеру, тобто, як процесу обслуговування, так і корисного ефекту, одержаного в результаті надання послуги. Власне, навіть, словосполучення "service quality" може перекладатись на українську мову не тільки як "якість послуги", але і як "якість обслуговування". Відповідно до цього, окремо виділяють "технічну якість" та "функціональну якість". Перша – те, що отримує споживач, його вигоди, блага, які забезпечують очікуваний результат. Друга – якість процесу, дії, способу надання. Визначальною є перша, проте на практиці думка споживачів часто формується на основі останньої. В цілому і перша, і друга потребують однакової уваги.

**Висновки.** Споживачі ветеринарних послуг переважно не є фахівцями з ветеринарної медицини і не можуть належним чином оцінити якість послуги з професійної точки зору. Це ускладнює оцінювання замовником якості наданої послуги. Основоположними критеріями є очевидні результати отриманої ветеринарної послуги, а стосовно продуктивних тварин – ще і корисний економічний ефект, який отримав їх власник. На основі цього формується емпіричний досвід щодо оцінки послуги.

**Література:**

1. Арасланов Т. Н. Маркетинг услуг : уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения / Т. Н. Арасланов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2. – С. 105-108.

2. Вавулін О. І. Деякі аспекти бізнес-планування у ветеринарній медицині на прикладі утворення комерційної ветеринарної аптеки / О.І. Вавулін, С.М. Мороз, Г.А. Зон // Ветеринарна медицина : Вісник Сумського національного аграрного університету. – Суми, 2004. – № 2. – С. 25–31.

3. Мануйленко О. Приватна ветеринарна практика в США / О. Мануйленко, І. Калінін // Ветеринарна медицина України. – 1998. – № 8. – С. 46–47.

4. Перебийніс В.І. Удосконалення державного регулювання регіональних ринків молока / В. І. Перебийніс, Л. М. Бойко // Вісник Харк. нац. техн. ун-ту сільського господарства. – Х. : ХНТУСГ, 2004. – Вип. 32. – С. 302–305. – (Економічні науки. Ринкова трансформація економіки АПК).

УДК 631.157: 368

## **АГРОСТРАХУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ**

*Бабенко-Левада В.Г., к.е.н., доцент,  
Таврійський державний агротехнологічний університет*

*У статті розглянуто дизайн системи агрострахування, який має забезпечити прозорість ухвалення рішень з максимальним залученням державних органів, страхових компаній та сільгосптоваровиробників. Для кожного затвердженого дизайну мають бути розроблені стандартні угоди страхування, положення андерайтингу, процедури врегулювання збитків, визначені на основі актуарних розрахунків тарифи і ставки для пропонованого покриття, процедури вирішення спорів, вимоги до сторін угоди, механізми збору даних.*

*In the article the design of agri-insurance, which should ensure transparency of decision-making with maximum involvement of state agencies, insurance companies and farmers. For each approved design must be developed standard insurance contract, the provisions of underwriting, claims handling procedures, defined based on actuarial rates and rates for the proposed coverage dispute*