

УДК 316.636:619

Я. С. Аранчій,
здобувач, Полтавська державна аграрна академія

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВЕТЕРИНАРНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ ТВАРИННИЦТВА

У статті розроблено та обґрунтовано методичні підходи щодо оцінки ефективності ветеринарного обслуговування у галузі тваринництва. Розглянуто особливості методичних засад маркетингових досліджень ринку ветеринарного обслуговування.

The paper was developed and proved methodical approaches to the evaluation of veterinary services in animal husbandry. The features of methodical principles of marketing research market for veterinary services.

Ключові слова: тваринництво, ветеринарне обслуговування, ефективність, маркетингові дослідження, ринок.

Key words: animal husbandry, veterinary care, efficiency, market research, market.

ВСТУП

Процес виробництва у тваринництві характеризується галузевими особливостями, які дещо ускладнюють оцінку ефективності інтенсифікації. Безумовно, основу підвищення ефективності розвитку тваринництва становить інтенсифікація. Збільшення обсягу корисного ефекту можна досягти тільки за рахунок нарощування ресурсного потенціалу, тобто збільшення сукупної живої сили (людського капіталу), підвищення віддачі засобів праці (основного капіталу), поглиблення переробки, використання нових властивостей, поєднання комбінації предметів праці (оборотного капіталу). Обсяг корисного результату виробництва можна збільшити за рахунок приросту маси використаних виробничих ресурсів або ж шляхом зміни якісного їх складу. За умов об'єктивно існуючого балансу "ресурси — корисний ефект" обсяг споживних вартостей детермінується якісними характеристиками системоутворювальних чинників "поля виробництва". Тому в принципі неможливо досягти його прирощення на безеквівалентній ресурсній основі [4].

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧІ

Мета статті полягає в розробці та обґрунтуванні методичних підходів щодо оцінки ефективності ветеринарного обслуговування у галузі тваринництва.

РЕЗУЛЬТАТИ

Ефективність агропромислового виробництва формується під впливом загальних і специфічних чинників. Дослідження методологічних основ аграрної економіки, проведене С. Данквертом, виявило чотири групи підсистем адаптивного сільськогосподарського виробництва: технологічна (організація виробничих процесів, дотримання технологій, забезпечення основними та оборотними засобами, зміцнення технологічної дисципліни); економічна (ціни і тарифи, податки, дотації, страхування ризиків, матеріальне стимулювання праці); організаційна (кадри, матеріально-технічне забезпечення, маркетинг, інформаційне забезпечення); соціальна (демографічні чинники, умови праці та відпочинку, матеріальний добробут працівників).

Виробництву продукції тваринництва притаманні технологічні особливості, які вагомих чином впливають на показники ефективності інтенсифікації галузі. Особливе значення у підвищенні ефективності виробництва продукції, зокрема тваринницької, має концентрація, оскільки з підвищенням рівня концентрації поголів'я великої рогатої худоби і свиней знижується собівартість продукції, а тому ефективність виробництва значно зростає. Дослідження В.Я. Месель-Веселяка доводять, що оптимальні розміри аграрних підприємств при цьому повинні бути 5—6 тис. га сільськогоспо-

дарських угідь. До реформування сільськогосподарських підприємств у Черкаській області частка великих підприємств (згідно з класифікатором наявності земельних ресурсів) становила 67 % загальної кількості, нині — 17 %.

На наше переконання, правильний методичний підхід до вивчення інтенсифікації сільськогосподарства дозволяє визначити ті закономірності й тенденції, які проявляються при її здійсненні [3]. На підставі глибокого економічного аналізу при використанні системи показників можливо виявити прояв небажаних явищ, у процесі виробництва здійснити пошук невикористаних резервів, накреслити шляхи підвищення економічної ефективності інтенсифікації. При зміні обсягів виробництва змінюється рівень собівартості продукції. Тому необхідно враховувати обсяг продукції та її собівартість до і після нововведення. Виявлена різниця є додатковим ефектом від нововведення. Виявлення додаткового економічного ефекту має бути в основі інтенсифікації аграрного виробництва, в іншому випадку цей процес не є інтенсифікацією.

У сучасних умовах господарювання, коли Україна стала членом СОТ, поняття економічної ефективності набуває дещо іншого змісту. Так, для підвищення ефективності аграрного виробництва, зокрема тваринництва, необхідно, насамперед, оптимізувати витратну частину, досягти цього можна за рахунок нововведень у виробничі процеси. Проте для одержання очікуваного результату має бути дотриманий ряд умов: наявність високопродуктивної худоби, повноцінної кормової бази, сучасних методів утримання тварин, висококваліфікованих кадрів, які, власне, є складовими системи інноваційних перетворень.

М.М. Павлишенко вбачає проблему розвитку суспільного виробництва у правильності формування господарського механізму. Таким механізмом є госпрозрахунок, який безпосередньо впливає на рівень господарської діяльності. Сучасний процес інтенсифікації передбачає залучення капіталу з метою підвищення ефективності виробництва. Тому надзвичайно важливим є визначення ефективності капіталовкладень.

Метою застосування інновацій у тваринництві є скорочення затрат робочого часу на виробництво продукції й обслуговування тварин. Економія робочого часу є основною умовою підвищення продуктивності праці та здешевлення виробництва продукції. Саме такий критерій характеризує ефективність інтенсифікації на інноваційній основі. Затрати праці на

1 голову тварин не можуть характеризувати процес інтенсифікації. Якщо ж затрати праці розраховувати на 1 ц продукції (приросту чи надоєного молока), то можна відстежити динаміку, яка є характерною ознакою рівня інтенсифікації.

Для визначення ефективності інтенсифікації тваринництва доцільно застосовувати кілька показників одночасно, які всебічно характеризуватимуть цей процес. Витрати на голову тварин свідчать про рівень інтенсифікації, проте не відображають ефективності галузі. Продуктивність тварин як окремих показників не відображає ефективності виробництва продукції тваринництва.

Критерій економічної ефективності інтенсифікації може набути практичного значення лише тоді, коли вдається застосовувати синтетичний показник оцінки результативності інтенсифікації.

Таким чином, потенційний ефективний розвиток галузей тваринництва передбачає наступне:

- нарощування поголів'я тварин відповідно до нормативного навантаження на одиницю площі;
- оптимізацію структури кормових угідь для стабілізації кормової бази;
- підвищення економічної ефективності виробництва продукції галузей тваринництва;
- виробництво продукції тваринництва в обсягах, необхідних для забезпечення продовольчої безпеки країни;
- концентрацію поголів'я тварин м'ясних галузей з метою промислової переробки продукції їх виробництва;
- збільшення обсягів виробництва молока аграрними товаровиробниками для забезпечення виробничих потужностей молокопереробних підприємств.

Досягти ефективності функціонування тваринництва — одного з основних секторів економіки, що є гарантом продовольчої безпеки країни, — можливо за умови інтенсифікації галузі з елементами інновацій.

Формування ринкових відносин передбачає у системі ветеринарного обслуговування відмову від втручання державних органів управління у господарську діяльність окремих суб'єктів, їх підприємливість та ініціативу, розширення сфери ринкового ціноутворення. На основі інформації, отриманої у результаті дослідження попиту та пропозиції ринку ветеринарних послуг, суб'єкти господарювання розробляють свої тактичні та стратегічні плани. Дослідження ринку зменшує рівень невизначеності, забез-

печує вибір напрямів діяльності, де ветеринарне підприємство, установа, організація мають найбільше шансів на успіх.

Для ефективного функціонування ветеринарного підприємництва в умовах ринку необхідна повна і достовірна інформація. Цим зумовлюється принципово інший порівняно з поширеним у багатьох підприємствах підхід, де часто інформаційне забезпечення базується лише на даних внутрішньої обліково-фінансової звітності. З цією метою необхідно впровадити постійний моніторинг ринку ветеринарних послуг. Наявність достовірної інформації дасть можливість підприємствам оцінити ємність ринку, напрями розвитку попиту на послуги тощо.

У сучасних умовах господарювання ветеринарна діяльність має достатню законодавчу базу, щоб виконувати покладені на неї завдання. Разом з тим, з метою удосконалення функціонування є необхідність внесення змін до чинного законодавства, що її регулює. Зокрема, Державною службою ветеринарної медицини подано зміни до цивільного кодексу в питаннях підвищення відповідальності як власників тварин, так і посадових осіб за порушення законодавства про ветеринарну медицину, ці заходи направлені на більш ефективну роботу державних ветеринарних інспекторів. Є також нагальна потреба у внесенні змін до Закону України "Про ветеринарну медицину". І не тільки з метою приведення діючої структури ветеринарного обслуговування у відповідність до Закону. Його положення передбачають наявність Державного департаменту ветеринарної медицини, а діє Державний комітет служби ветеринарної медицини.

Необхідно також розглянути питання організації протиепізоотичних заходів, забезпечення дієвого контролю за гарантуванням якості та безпеки продовольчої продукції тваринництва тощо; ретельно вивчити чинне законодавство, особливо після вступу України до Світової організації торгівлі, щоб виключити дублювання функцій державної ветслужби, санітарно-епідеміологічного нагляду, державного споживчого стандарту. Тому має відбуватися діалог з відповідними службами. А звідси можливі зміни й до Закону України "Про ветеринарну медицину" та "Про безпеку та якість харчових продуктів". 2009 р. характеризується як кризовий для економіки України, оскільки існує дефіцит бюджету, виплати зовнішнього боргу. Криза, безумовно, вплине і на діяльність державної ветслужби. Разом з тим, реальне фінансування, яке передбачене в бюджеті,

більш-менш сприятливе, бо немає різкого зменшення коштів як на утримання державної служби ветеринарної медицини, так і на проведення протиепізоотичних заходів.

У першу чергу, потрібно фінансувати проведення протиепізоотичних заходів, тобто здійснювати моніторинг особливо небезпечних хвороб: класичної чуми та африканської чуми свиней, високопатогенного грипу птиці, сибірки, лептоспірозу та інших, які є небезпечними не тільки для тварин, а й для людей. Другий, не менш важливий напрям фінансування, який має соціальне навантаження, — це утримання служби на високому професійному рівні, тобто не допустити відтоку кадрів.

Державний комітет ветеринарної медицини абсолютно не уявляє своєї роботи без тісного зв'язку з науковими колами. Перша нарада, проведена в цьому році, відбулась в Академії аграрних наук разом з відділенням ветеринарної медицини на чолі з віце-президентом Академії, де йшлося якраз про залучення науковців до забезпечення галузі засобами захисту тварин вітчизняного виробництва. Є кілька напрямів співпраці.

По-перше, потрібно створювати спільно з науковими установами проблемні центри з найактуальніших питань, особливо з епізоотології. За рахунок коштів державного бюджету, які виділяються на протиепізоотичні заходи, потрібно фінансувати діяльність цих центрів. Передусім їх треба забезпечити необхідним обладнанням, аби мати найбільш достовірні дані моніторингу. По-друге, обов'язкове використання новацій, які цікавлять сьогодні ветслужбу (сучасні вакцини й тест-системи, методи та методики як у виробництві ветеринарних препаратів, так і діагностиці). І якщо автор запропонує реальну розробку, то її буде передано на біофабрику, а науковець отримуватиме роялті протягом усього періоду виробництва препарату. Таким чином, підтримку матимуть і автори, і виробники.

По-третє, важливим є залучення науковців та фінансування відрядження у регіони, коли виникне підозра щодо появи небезпечних хвороб тварин, у т.ч. небезпечних для людини.

У разі епідеміологічної загрози, перш за все потрібно спільно (заклади практичної ветеринарної медицини й Академія аграрних наук) вивчати, ставити діагноз, розробляти заходи та програми, такі як, приміром, галузева програма виробництва засобів захисту тварин на основі сучасних технологій. Треба подумати й над тим, як залучити інвестиції на реконструкцію біофабрик, аби їхня продукція відповідала ви-

могам GMP. Наприклад, є програми з моніторингу та профілактики хвороби.

Варто зазначити, що систему ветеринарного обслуговування остаточно не сформовано. Забезпеченість потреб у ветеринарному обслуговуванні становить у містах це від 70 до 80 %, а на селі — від 30 до 40 %. Це пояснюється тим, що в останні роки ветеринарна діяльність — це не лише лікувальна робота і профілактика інфекційних захворювань, а й реалізація ветеринарних препаратів, дезінфекція, ідентифікація, штучне запліднення тварин тощо. Тому ветеринарне обслуговування слід розвивати, за рахунок випускників — молодих фахівців з сучасним мисленням і бажанням займатися підприємницькою діяльністю. Неприпустимо бачити в особі лікаря-приватника конкурента фахівцям із державних установ ветеринарної медицини. В той же час існує дуже велика сфера діяльності у забезпеченні контролю за якістю і безпекою тваринницької продукції. Нам потрібно уважно контролювати ринок обігу ветеринарних препаратів, адже існує тіньовий ринок з нелегальним виробництвом і ввезенням препаратів. Саме цим повинна займатися державна інспекція ветеринарної медицини.

Необхідно дуже ретельно ставитись до видачі ліцензій і до того, як виконуються умови ліцензування. Ще раз повторюю, що ринок далеко не повністю освоєний. Наше бачення таке: у кожному населеному пункті має жити і працювати або представник державної ветеринарної установи, або лікар-приватник. Оскільки власнику тварин незручно звертатись за допомогою в інший населений пункт (за 5—7 км), треба створити розгалужену мережу як приватної, так і державної ветеринарної медицини з наданням усіх необхідних послуг (від видачі ветеринарної довідки чи свідоцтва до клінічного огляду тварин, проведення лікування й іншої роботи, яка є на селі).

Виходячи з усього вищесказаного, Державний комітет ветеринарної медицини, особливо в цей кризовий період, має на меті вирішити і цю соціальну проблему — надати робочі місця дипломованим спеціалістам, у яких є покликання і бажання плідно працювати задля себе, власної сім'ї та своєї країни. Тоді людина буде вдячна за створені для неї умови існування та реалізації власних можливостей і сподівань державі, уряду та Державному комітету ветеринарної медицини України.

Дослідження ринку здійснюють переважно на основі застосування маркетингових прийомів і методів. Оцінюючи значимість маркетингових досліджень у сфері послуг, відзначи-

мо, що вони забезпечують отримання конкурентних переваг, зниження фінансових і комерційних ризиків підприємницької діяльності, визначення ставлення покупців до запропонованої послуги, оцінку стратегічної та тактичної діяльності фірми, підвищення ефективності комунікаційних ринкових заходів, визначення оптимальних сегментів позиціонування послуг та характеру їх життєвого циклу [2]. Здійснюючи маркетингові дослідження, підприємства, що надають послуги, об'єктивно оцінюють свої ринкові можливості і вибирають ті напрями діяльності, де мають найбільші шанси на успіх.

Практична значимість одержаних результатів досліджень визначається чіткістю поставленої мети. Використання навіть широкомасштабних маркетингових засобів моніторингу сфери ветеринарного обслуговування без чітко сформульованої мети не дає очікуваних результатів. Дуже часто за нібито обгрунтованими методологією та показниками аналізу приховується нав'язлива гіпотеза і, як наслідок, нечітко сформовані висновки [1]. На думку О. Харарі, маркетингові підходи будуть результативними лише за умови належного їх здійснення. Корисність моніторингу полягає у швидкому отриманні недорогої, але всебічної інформації про ветеринарне обслуговування. Оцінювати реакції людей на певну ініціативну діяльність варто лише після її проведення. Люди не можуть оцінити те, що їм невідоме. У центрі уваги повинна бути ситуація на ринку, а не процедура самих досліджень, адже вони не є самоціллю, виділення потреб у ветеринарному обслуговуванні з подальшим її задоволенням на основі спостережень. Необхідно також уникати спроб нехтування практичним досвідом.

Із розвитком новітніх технологій та комп'ютерної техніки сформувалась думка, що кількісний підхід до досліджень ветеринарної діяльності більш прогресивний і точний. Разом з тим, головною ідеєю маркетингових досліджень є не лише цифровий матеріал, а правильна інтерпретація отриманих даних. Сутність маркетингових досліджень, на думку О. Алексєєва, полягає у проведенні систематичних заходів з метою отримання оперативної інформації про існуючий або перспективний (прогнозний) стан самої послуги чи її маркетингового середовища, а також аналіз і відображення отриманих результатів у формі, необхідній для вирішення стратегічних і тактичних завдань, які поставлені перед ветеринарним обслуговуванням.

Методичні засади маркетингових досліджень ринку ветеринарного обслуговування

мають певні особливості. Основними серед них є наступні. Об'єктом купівлі-продажу є ветеринарна послуга. Частота її замовлень залежить не лише від встановлених норм, а вимог профілактичного обслуговування, проти епідеміологічних заходів. Вона також визначається розумінням власниками тварин необхідності здійснення профілактичних заходів та частоти травматизму, схильності тварин до захворювань, зумовленої умовами утримання або фізіологічними особливостями тварин тощо. При аналізі структури та обсягу ринку ветеринарного обслуговування необхідно враховувати одночасно параметри потреби, попиту та пропозиції.

У більшості випадків споживачі розглядають ветеринарні послуги не як бажаний товар. Тому необхідну купівлю здійснюють при появі симптомів захворювання чи значних відхилень від нормального способу життєдіяльності тварини. Отже, часто послуги мають спонтанний характер. Це не дозволяє переконливо прогнозувати розвиток ветеринарного обслуговування. Має значення необізнаність споживачів щодо вибору необхідних заходів ветеринарного обслуговування, його сучасних можливостей. Споживачам важко оцінити якість отриманих ветеринарних послуг, принаймні одночасно з їх наданням.

Загалом маркетингові засади досліджень ветеринарного обслуговування здійснюються у двох напрямках, які полягають у вивченні особливостей контрагентів ринку (аналіз споживачів послуг, діяльності конкурентів у сфері обслуговування і т.д.) та кон'юнктури ринку (вивчення попиту та пропозиції, встановлення тенденцій кон'юнктури даного ринку послуг тощо). На нашу думку, їх потрібно розширити вивченням, власне, стану та рівня розвитку ветеринарного обслуговування, його структури, вартості, якості здійснення.

Ефективна діяльність суб'єктів господарювання, які надають ветеринарні послуги, може бути забезпечена передусім на основі чіткого виокремлення цільових ринкових сегментів. В умовах становлення ринку ветеринарних послуг та з урахуванням суттєвої диференціації потенційних споживачів актуальним є проведення їх типізації. Насамперед, чітке визначення профілю цільового споживача дозволяє зорієнтувати виробників ветеринарного обслуговування на найповніше задоволення потреб споживачів, а також запобігти розпорошенню фінансових ресурсів та зконцентрувати їх на стратегічно важливих напрямках з метою одержання максимального прибутку.

ВИСНОВКИ

Споживачами ветеринарних послуг є різні за розмірами і виробничим спрямуванням сільськогосподарські підприємства, особисті селянські господарства та інші фізичні чи юридичні особи, що утримують тварин. Основні напрями методики оцінки середовища споживачів полягають у: вивченні основних характеристик потенційних споживачів; дослідженні чинників, які формують переваги споживачів; виявленні мотивів купівлі ветеринарних послуг; аналізу поведінки споживачів; проведенні диференціації споживачів за видами та особливостями потреб, напрями застосування ветеринарних послуг; здійсненні типізації споживачів.

Ветеринарне обслуговування формується під впливом значної кількості чинників — привабливості сфери ветеринарних послуг для існуючих та потенційних суб'єктів господарювання, бар'єрів входження в галузь, монополізації ринку, попиту на послуги, ємності ринку, державної економічної політики у галузі тваринництва тощо. Методи і способи удосконалення організації ветеринарного обслуговування можуть бути запропоновані на основі виявлення впливу вказаних чинників та тенденцій, які при цьому формуються. Вивчення тенденцій і їх прогнозування дозволяє обґрунтувати можливі способи і методи впливу на них як державних органів управління, так і адаптації до них окремих суб'єктів господарювання.

Література:

1. Бреславець А.В. Удосконалення організації ветеринарного обслуговування тваринництва України / А.В. Бреславець // Економіка АПК. — 2000. — № 7. — С. 45—50.
2. Галич О. А. Ефективність функціонування м'ясопродуктового підкомплексу та напрями його розвитку / О.А. Галич // Вісник Полтавської державної аграрної академії. — 2007. — № 1. — С. 117—120.
3. Коваленко Ю.С. Про стан аграрного ринку України: аналітичний огляд і методичні аспекти формування / Ю.С. Коваленко, І.В. Охріменко, О.В. Демченко. — К.: ІАЕ УААН, 2004. — 32 с.
4. Круковська О.В. Факторний аналіз чинників, які впливають на вартість та ефективність ветеринарного обслуговування / О.В. Круковська // Таврійський науковий вісник: зб. наук. праць. — Херсон: Айлант, 2009. — Вип. 67. — С. 237—241.

Стаття надійшла до редакції 01.10.2012 р.