

**Висновки.** На основі наших досліджень можна зробити висновок, що тварини, отримані при використанні рецiproкного схрещування і тісного інбридінгу (II-II) в породі дюрок, проявляють високу стресочутливість, коли знаходяться в естримальних умовах закритого простору, що доводиться підвищеною еозинофілією організму. За іншими показниками крові великих відмінностей між контрольною та дослідними групами не було виявлено.

**Перспектива подальших досліджень.** У перспективі планується визначити співвідношення рівня кров'яних факторів і добове відкладення азоту корму, а також із м'ясними якостями, які будуть визначатися при досягненні 100 кг при проведенні забою з подальшим визначенням м'ясних якостей за існуючими методиками.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:**

1. Войналович С.А. Генетика ветеринарної медицини.-Симферополь,-Фактор.-2005.-254 с.
2. Кондрахин И.П., Архипов А.В., Левченко В.И. и др. Методы ветеринарной клинической лабораторной диагностики.- М.: Колос, 2004.-520 с.
3. Овсянников А.И. Генетическая карта обмена азотистых веществ у свиней.Научные труды ВАСХИЛ "Пищеварение и обмен веществ у свиней " М. 1971, 92-101 с.
4. Топиха В.С., Трибрат Р.О., Луговой С.И., Коваль О.А. и др. Мясные генотипы свиней южного региона Украины. -Николаев 2008.-257с.
5. Устинов Д.А. Возникновение и развитие стрессов у поросят. " Вопросы племенного и товарного свиноводства" ВИЖ, Дубровицы, 1976, 70-76с.

УДК 330.131.5:338.46:619

### **ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОСТІ НАДАННЯ ВЕТЕРИНАРНИХ ПОСЛУГ**

**О.В.КРУКОВСЬКА – аспірант, Херсонський ДАУ**

**Постановка проблеми.** Однією з найважливіших закономірностей розвитку економіки у всьому світі є взаємозв'язок економічного зростання і підвищення ролі послуг у національній економіці. Це знаходить вираз у збільшенні частки трудових, матеріальних і фінансових ресурсів, що використовуються у сфері послуг. У сфері ветеринарних послуг, спрямованих на задоволення потреб окремих фізичних чи юридичних осіб, відсутнє сформоване ринкове конкурентне середовище, наслідком чого є те, що потенційні замовники обмежені у виборі на альтернативних засадах суб'єктів, які можуть такі послуги надавати, неналежного рівня задоволення їх потреб у послугах.

**Стан вивчення проблеми.** Проблеми ринку послуг висвітлені в економічній літературі та періодиці, зокрема працях О. Алексєєва, Т. Арасланової, А. Баталова, В. Бугакова, Н. Внукової, В. Маркової,

Е. Майдебури, О. Перебийноса, О. Пустовойта, Н. Ситника, А. Челєнкова та ін. Попри значну кількість наукових публікацій з проблем становлення ринкових відносин, формування сфери послуг, дослідження ринку ветеринарних послуг фрагментарно відображені лише в окремих працях. Не зменшуючи значення робіт, присвячених проблемі дослідження ветеринарного обслуговування сільськогосподарських підприємств, необхідно відзначити, що багато теоретичних питань є ще не розв'язаними, залишаються дискусійними, а в ряді випадків і не поставлені.

**Завдання та методика дослідження.** Завдання дослідження полягають у комплексному вивченні питань організації та ефективності ветеринарного обслуговування та регулювання аграрних відносин в умовах кризи та їх вплив на економіку країни в цілому, у зв'язку з цим питання даної теми є актуальними і сьогодні.

**Результати дослідження.** Характерні ознаки послуг, які надаються, визначають особливості ринку ветеринарних послуг. Розкриття сутності ветеринарних послуг стає можливим шляхом детального аналізу економічного визначення «послуга».

За визначенням Р. Малері: «послуги — нематеріальні активи, вироблювані для цілей збуту». За визначенням, нематеріальні активи (або невідчутні цінності) — це цінності, що не є фізичними, речовинними об'єктами, але мають вартісну, грошову оцінку.

На думку Д. Гренроса, послуга — процес, що включає серію (або дещо) невідчутних дій, які з потреби відбуваються при взаємодії між покупцями і обслуговуючим персоналом, фізичними ресурсами, системами підприємства — постачальника послуг. Цей процес направлений на рішення проблем покупця послуги. Дане визначення достатньо точно описує послугу, проте деякі послуги (косметичні, перукарські і т.п.) можуть бути відчутними.

Через багатогалузевість сфери обслуговування послуга є результатом різноманітних видів діяльності, що пропонуються і які здебільшого є невідчутні та не призводять до оволодіння будь-чим, але в обмін на що споживач, підприємство або уряд готові надати що-небудь цінне. У цьому плані Ф. Котлер вказує, що послуга за своєю сутністю є чимось невідчутним і не дає право на оволодіння власністю.

Отже, можна підвести деякі підсумки. На сьогодні у визначеннях послуги і її властивостей відсутня єдність, і причин тому можна назвати декілька:

1. Дії, які можна назвати послугами, численні і різноманітні, так само як і об'єкти, на які направлені ці дії. Часто придбання товарів супроводжується супутніми послугами, і майже кожне придбання послуг супроводжується супутніми товарами.

2. Офіційна статистика об'єднує ці дії в один клас послуг. Дослідники ж шукають загальне в тих явищах, які реєструє офіційна статистика.

3. Складність пошуку визначення «послуги» полягає в тому, що дослідник послуг має справу з гнучким об'єктом, межі якої змінюються залежно від бажань постачальника або споживача послуги. Матеріальний товар достатньо легко може стати послугою.

Ветеринарна діяльність є однією із малодосліджених у сфері послуг. У поодиноких публікаціях ветеринарна послуга розглядається як специфічний товар; особлива споживча вартість, яка у формі безпосередньої діяльності задовольняє потреби людини через обслуговування тварин; функція, що задовольняє потреби відтворення. Кожний окремо взятий підхід відображає лише окремі грані наукового пізнання сутності ветеринарної послуги. Необхідний результат може бути забезпечений тільки за умови їх поєднання в єдиній системі.

Ветеринарну послугу можна трактувати як вид діяльності фахівця ветеринарної медицини, спрямованої на забезпечення корисного ефекту, який визначається потребою суспільства або його окремих членів. Об'єктом купівлі-продажу виступає не тільки процес надання послуги, а й користь від її отримання, тобто судити про якість обслуговування можна не тільки під час лікування, а й у результаті огляду та оцінки фізіологічного стану тварини. Тому ключове значення в розгляданні особливостей економічної діяльності ветеринарних підприємств належить аналізу послуги, як кінцевого результату підприємницької діяльності.

Для більш повного розуміння сутності ветеринарної послуги та її визначального значення у діяльності підприємств необхідно підкреслити, що відбувається реалізація не просто послуги, а специфічного товару, що задовольняє потреби передусім у забезпеченні найголовніших цінностей суспільства – життя та здоров'я людини. Споживач замовить ветеринарну послугу, якщо на основі цього будуть вирішені проблеми і задоволені його специфічні потреби, що існують у даний момент часу або можуть виникнути в майбутньому. З точки зору комплексної реалізації, ветеринарна послуга має таку маркетингову структуру характеристик.

Ця структура повинна бути перетворена на процес вирішення проблем споживача. Такий підхід до послуги обумовлений ще і тим, що отримати додаткові конкурентні переваги можливо, тільки зосередившись на вирішенні конкретних проблем кожного клієнта. З цією метою варто аналізувати її з різних боків, а саме: особливість надання, корисність, якість, конкурентоспроможність, новизну, ступінь універсальності, трудомісткість, технічне забезпечення, а також відгуки споживачів, побажання та рекомендації.

Комплексний підхід до розуміння природи ветеринарної послуги ґрунтується на основі порівняння ветеринарної послуги із загальною

категорією “послуги”, а також полягає у виявленні ознак (властивостей), які відносять діяльність спеціалістів ветеринарної медицини до категорії “послуга” та відрізняють її від інших видів послуг. Системний підхід є досить проблематичним. Вище розглянуті аспекти вимагають глибокого вивчення сутності ветеринарної послуги, а існуюча література дуже бідна як на теоретичні, так і на практичні розробки.

Виходячи з того, що ветеринарні послуги не виступають аналогом інших видів обслуговування, але схожість повинна існувати, що свідчило б про приналежність даного виду діяльності до сфери обслуговування. Деякі дослідники вважають описування властивостей послуги більш продуктивним заняттям, ніж спроба дати її визначення. Як і більшість видів послуг, ветеринарна послуга є дією або процесом, нематеріальною, нездатною до зберігання, більш мінливою за якістю порівняно з матеріально-речовинним товаром, а також її виробництво і споживання співпадають у часі.

Послуга є “невідчутною, невловимою”, що робить неможливим послугу продемонструвати, побачити, попробувати, транспортувати, зберігати, упаковувати або вивчати до моменту отримання. Це благо не у вигляді речей, а у формі діяльності, яка саме і дає бажаний результат; не створюється нового, раніше не існуючого матеріально-речовинного продукту, але змінюється стан уже наявного створеного продукту. Загалом відмічене існування найрізноманітніших проявів послуги від нездатності до зберігання до одночасного виробництва і споживання.

Покупець ветеринарних послуг не може “потримати в руках”, щоб оцінити запропоноване благо до моменту придбання. Незаперечним є факт, що корисний ефект від ветеринарної послуги можна відчувати тільки протягом певного проміжку часу після його отримання. Етап формування рішення про купівлю ветеринарної послуги на основі доцільності її придбання випереджає процес отримання послуги та якісну оцінку даного блага. Дуже багато залежить від репутації постачальника послуги. Вона стає основою нецінової конкурентної переваги. У даному випадку присутність ризику покриває відомість фахівця ветеринарної медицини, довіра до нього, його знань і професійності. У результаті споживач отримує благо, виявом якого є попередження захворювання тварини або її лікування, що має прямий вплив на матеріально-фінансовий або емоційний стан особи, що є власником тварини.

Нематеріальність послуги ускладнює її продажу споживачам. Реалізація поєднується з процесами виробництва і споживання. Усе це створює проблеми як для покупців, так і для продавців. Її важко показати клієнтам, а ще важче пояснити, за що вони платитимуть гроші. У свою чергу, 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. У цьому плані процес надання послуги для споживача настільки ж важливий, як і його результат.

Ступінь безпосереднього контакту під час обслуговування може бути різною: без присутності споживача, із незначним та повним контактом. Ветеринарний фахівець стає невід’ємною частиною послуги, тому важливу роль відіграють професійні навички та індивідуальність постачальника, ставляться особливі вимоги до системи контролю якості. 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 виробника втрату прибутку.

Послугу неможливо “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 в майбутньому. У результаті, 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 ментально втратити свою корисність, якщо її надати несвоєчасно. При цьому корисність відновити неможливо.

**Висновки та пропозиції.** Однією із найважливіших характеристик для замовників послуг, у тому числі і ветеринарних, є їх якість. Основним чинником підвищення якості є зростання рівня конкуренції на ринку цих послуг. Ветеринарна послуга може надаватись за умови прямого контакту лікаря і тварини. Через це неможливо користуватись послугами посередників і формувати канали розподілу. Відповідно способи удосконалення організації ринку цих послуг можуть пропонуватись з урахуванням того, що географічний чинник є одним із визначальних для вибору суб’єкта, який може надати послугу, а часто єдиним у випадку замовлення невідкладних ветеринарних послуг.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Управление и организация в сфере услуг / К.Хаксевер, Б.Рендер, Р. Рассел, Р.Мердик ; под ред. А.Кулибановой. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 752 с

2. Топіха В. Формування ринку продукції тваринництва в Україні: проблеми та перспективи / В.Топіха. – Миколаїв: МДАУ, 2004. – 221 с.
3. Ситник Н. Вплив розосередженості споживачів на ємність ринку послуг / Н.Ситник // Регіональна економіка. – 2001. – С. 189–95.

УДК 636.082.25

## **ВПЛИВ ГЕНЕАЛОГІЧНОЇ НАЛЕЖНОСТІ СВИНОМАТОК ТА КНУРІВ-ПЛІДНИКІВ УКРАЇНСЬКОЇ М'ЯСНОЇ ПОРОДИ НА ЇХ ВІДТВОРЮВАЛЬНІ ЯКОСТІ**

**В.В.ЛЕОНТЬЄВ** – здобувач<sup>1</sup>, Миколаївський ДАУ

**Постановка проблеми.** Українська м'ясна порода з трьома внутрішньопородними типами затверджена наказом Міністерства сільськогосподарства і продовольства України №367 від 31.12.1993 року як нове селекційне досягнення, що за продуктивними якостями не поступається світовим аналогам [9].

Проте, нині свині даної породи становлять лише 3,15% від загального свинопоголів'я в нашій країні [7]. До того ж, як зазначають С.В. Акімов та Л.Г. Перетятко [1], поголів'я основних свиноматок та кнурів цієї породи за період з 1993 по 2003 рік скоротилося на 45,8 та 62,3%, відповідно. Зважаючи на це, важливого значення набуває збереження, поширення та удосконалення свиней вищезазначеного генотипу.

**Стан вивчення проблеми.** У період до та відразу після апробації рядом вчених [2-6, 8] було проведено значну кількість досліджень щодо вивчення продуктивних якостей свиней новоствореної української м'ясної породи. Однак, у результаті суттєвого скорочення поголів'я, яке відбулося наприкінці 90-х років минулого століття, відбулися значні зміни якісного складу племінного поголів'я та зазнав змін склад суб'єктів племінної справи, які займаються розведенням свиней даної породи.

Зважаючи на вищевикладене, важливого значення набуває проведення оцінки та виявлення генетичного потенціалу продуктивності тварин у новостворених племінних господарствах з метою розробки заходів щодо раціонального його подальшого використання.

**Завдання і методика досліджень.** Зважаючи на те, що основним методом при удосконаленні існуючих і створенні нових типів і ліній у породах для забезпечення товарного свинарства високопродуктивними тваринами є чистопородне розведення, завданням на-

---

<sup>1</sup> Науковий керівник: доктор с.-г. наук Топіха В.С.