

Коэффициент катаболизма в III группе составил 1,4, а во II и I группах в среднем 1,5.

Компенсаторный рост телят III группы predetermined среднесуточный прирост, который в целом за период опыта составил 689 г и является средним приемлемым показателем, телят II и I групп соответственно 694 и 711 г. В 6-месячном возрасте в показателях промеров между III и I группами достоверных различий не было. Показатель экономической оплаты корма был выше в контрольной группе на 0,04 по отношению к III группе и на 0,3 – во II группе.

Таким образом, результаты исследований дают основание утверждать, что целесообразно выращивать телочек, полученных от первотелок как ремонтных.

УДК 636.22.28.061.6

ХРОМ А.А., студентка

Научный руководитель **КАРПЕНЯ С.Л.**, канд. с.-х. наук, доцент
УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия
ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ ЛИНЕЙНОЙ ПРИНАДЛЕЖНОСТИ И ВОЗРАСТА НА МОЛОЧНУЮ ПРОДУКТИВНОСТЬ КОРОВ

Практический опыт скотоводства показывает, что в каждом молочном стаде при равных условиях кормления и содержания продуктивность коров неодинакова. Даже в одной технологической группе наблюдаются значительные различия по молочной продуктивности. Различия эти обусловлены множеством факторов, в том числе таких, как генотип и возраст коров. Цель исследований – анализ влияния линейной принадлежности и возраста на молочную продуктивность коров. Исследования проводили в СПК «Маяк Браславский» Браславского района Витебской области. Материалом для исследований служили данные компьютерной программы «База данных крупного рогатого скота» СПК «Маяк Браславский» по 640 коровам с законченной лактацией.

Основу стада составляют коровы, относящиеся к голштинским линиям североамериканской селекции – Вис Айдиала 933122 (36,2%), Рефлексн Соверинга 198998 (32,4%), Монтвик Чифтейна 95679 (12,8%), Силинг Трайджун Рокита 252803 (11,7%). Животных голландских линий Нико 31652 и Адема 25437 в стаде 2,1%, Пабст Говернера 882933 – 4,8% от общего поголовья. Возрастная структура стада представлена животными 1-6 лактации. В стаде 59,7% коров 1 лактации, 22,8% - 2 лактации и 17,5% - 3 лактации и старше. Наиболее высокими удоями и содержанием жира в молоке характеризуются первотелки линий Силинг Трайджун Рокита 252803 и Пабст Говернера 882933. Самое высокое содержание белка в молоке отмечено у коров-первотелок линии Монтвик Чифтейна 95679, на

0,1–0,23% выше, чем у коров других линий. По 2 лактации наивысшие удои наблюдались у коров линии Вис Айдиала 933122. По этому показателю они превосходили животных других линий на 2,3–18,1%. Более высокое содержание жира в молоке и количество молочного жира отмечается у коров линии Рефлекшн Соверинга 198998 (4,29% и 251 кг). У коров III лактации и старше самый низкий удой отмечен у животных линии Силинг Трайджун Рокита 252803 (5896 кг). Животные других линий имеют удои больше 6000 кг с содержанием жира выше стандарта породы на 0,05–0,25%.

Таким образом, установлено, что маточное поголовье стада СПК «Маяк Браславский» представлено молодыми животными. В генеалогическую структуру стада входит четыре голштинских, две голландских и одна британо-фризская линии. Наибольшей молочной продуктивностью обладают коровы 3 лактации и старше.

УДК:339.332(476.4)

ЦЯГЛОВА М.Ю., студентка

Научный руководитель **АРТЕМЕНКО С.И.**, ст. преподаватель

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», г. Горки, Республика Беларусь

ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕЛЕЙ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «КАЗИМИРОВСКИЙ ОПЫТНО-ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ ЗАВОД» НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПОВ SMART

SMART-принципы описывают требования к хорошо сформулированным целям, которые во многом определяют результаты реализации любого плана. Они должны быть конкретными и определёнными во времени. Цели должны быть соизмеримыми, согласованными с окружающими, реалистичными, определёнными во времени. Цели ОАО «Казимировский опытно-экспериментальный завод» можно условно разделить на стратегические и оперативные. Стратегические предполагают достижение лидерских позиций на рынке сельскохозяйственной техники в Могилевской области к 2013 году (с рыночной долей более 20%). Оперативные – вывод на рынок модернизированной продукции и увеличение объемов реализации продукции за пределы Республики Беларусь. Чтобы достигнуть намеченных стратегических и оперативных целей, предлагаем использовать следующие стратегии:

1. Стратегия усиления позиций на рынке. Данная стратегия будет направлена на более глубокое проникновение на рынок за счёт обеспечения более высокой частоты общения с имеющимися покупателями, усиления рекламной поддержки продвижения традиционных товаров, использование эффективных способов