

усложняет вычислительную процедуру, так как приходится перебирать все возможные варианты подстановок.

Использование интегрального способа позволяет получать более точные результаты расчета влияния факторов по сравнению со способом цепной подстановки. В отличие от цепного метода в интегральном методе действует логарифмический закон перераспределения факторных нагрузок, что свидетельствует о его больших достоинствах. В отличие от других методов факторного анализа при интегральном методе соблюдается положение о независимости факторов.

УДК 636.5.087.7

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОРМОВ  
И ПРОДУКТИВНОСТИ ПТИЦЫ ПУТЕМ СТИМУЛЯЦИИ  
ЕСТЕСТВЕННОЙ РЕЗИСТЕНТНОСТИ ОРГАНИЗМА  
БИОЛОГИЧЕСКИ АКТИВНОЙ ДОБАВКОЙ «ВИГОЗИН»**

**РАДЧЕНКО Е.Э., МИЗЕВИЧ М.М., ЛАПАРЕВИЧ Е.Б., студенты**

Научный руководитель **ГЛАСКОВИЧ М.А.**, канд. с.-х. наук, ассистент

УО «Витебская ордена «Знак Почета» государственная академия ветеринарной медицины», г. Витебск, Республика Беларусь

Профилактические мероприятия в условиях современного птицеводства должны органически вписываться в технологический процесс. В этом аспекте наиболее перспективной является групповая профилактика с использованием биологически активных веществ, повышающих иммунологическую реактивность и стимулирующих иммунную защиту организма. Целью работы явилось научно обосновать и разработать способ повышения эффективности использования кормов и продуктивности птицы путем стимуляции естественной резистентности организма биологически активной добавкой «Вигозин». «Вигозин», являющийся комбинацией натуральных компонентов, оптимизирует физиологические функции и потребление энергии у всех видов животных и птицы. «Вигозин» особенно эффективен при применении интенсивно растущим животным и в неблагоприятные периоды жизни. Цыплятам-бройлерам опытных групп давали различные дозы препарата «Вигозин». Птица 1-ой группы служила контролем. Птице 2-ой опытной группы препарат «Вигозин» задавали с питьевой водой в дозе 1 мл на 1 л воды в 2 цикла с интервалом 8 дней: в 1-3 дни жизни (I цикл), в 12 – 13 дни (II цикл). Птице 3-й опытной группы препарат «Вигозин» задавали с питьевой водой в дозе 2 мл на 1 л воды в течение первых 3 суток. Птице 4-й опытной группы препарат задавали с питьевой водой в дозе 3 мл на 1 л воды в течение первых 5 суток. В ходе исследований установлено, что применение биологически активной добавки «Вигозин» в оптимальной дозе 1 мл на 1 литр воды в 2 цикла с интервалом 8 дней: в 1-3 дни жизни (I цикл), в 12 – 13 дни (II цикл) позволяет повысить интенсивность роста цыплят-бройлеров и увеличить среднюю живую массу и ССП на 7,2 %, снизить затраты корма на производства 1 кг прироста живой

массы на 7,8 %, повысить сохранность молодняка птиц на 3,5 % и снизить падеж птиц до 0,4%. Введение биологически активной добавки «Вигозин» в рацион бройлеров экономически оправдано, так как сохранность молодняка во 2-й опытной группе повышается на 3,5 %, в третьей - на 1,7 %, в четвертой - на 2,5 %. Применение препарата «Вигозин» с питьевой водой двукратно в дозе 1 мл на 1 л воды в течение первых 3-х суток и на 13-й день выращивания позволяет повысить сохранность цыплят-бройлеров на 2,3% за счет нормализации обмена веществ у молодняка и сохранения функционального состояния печени.

УДК 339.13:637.12

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОВАРА**

**РЕЗНИКОВА Е.В.**, студентка

Научный руководитель **РЕДЬКО В.Н.**, канд. экон. наук, доцент

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

г. Горки, Республика Беларусь

В течение многих десятков лет в нашей стране, в условиях высокой монополизации производителей регулятором производства продукции являлся не реальный спрос, а административно-командный механизм управления экономикой, который регулировал потребление, формировал потребности и вкусы покупателей.

При оценке конкурентоспособности товара принимаются во внимание прежде всего его функциональное назначение, надежность, долговечность, удобство использования, эстетичность внешнего вида, упаковка, обслуживание, гарантия, сопроводительные документы, инструкции и другие характеристики, т.е. способность товара удовлетворять совокупные потребности покупателя лучше, чем товары-конкуренты.

Производитель, создавая конкурентоспособный товар, может применять различные стратегии. В частности он может:

- добиться отличия товаров предприятия в глазах покупателей от товаров конкурентов;
- выбрать из намеченных к производству товаров один, являющийся наиболее привлекательным для всех покупателей, и осуществить на этой основе прорыв на рынке;
- отыскать новое применение выпускаемым товарам;
- своевременно изъять экономически неэффективный товар из сбытовой программы предприятия;
- найти выход на новые рынки, как со старыми, так и с новыми товарами;
- осуществлять модификацию выпускаемых товаров в соответствии с изменением вкусов и потребностей покупателей;