

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРИОДА СОДЕРЖАНИЯ ТЕЛЯТ В ПОМЕЩЕНИИ

В.В. Крупицын, к.вет.н, ст. преподаватель, В.А. Бурцев

Воронежский государственный аграрный университет им. К.Д. Глинки (г. Воронеж, Россия)

В молочном скотоводстве принято считать, что наиболее опасным периодом или этапом развития организма молодняка является период новорожденности и первые 4–6 мес. жизни. Как правило, в этот период происходит интенсивный рост и развитие всех систем организма и его органов. В начальный период развития, одним из действующих факторов на рост и развитие в ранний пост эмбриональный период является температурный режим окружающей среды. В условиях пониженной температуры среды усиливаются течение обменных процессов. На постепенное формирование физической терморегуляции новорожденных телят, до 7–10-дневного возраста, влияют ряд факторов. Особенно наиболее важным фактором является температура окружающей среды. В технологии выращивания телят на свежем воздухе, это необходимо учитывать в первую очередь. Именно температурные условия окружающей среды и изменяют обмен веществ организма, в результате чего происходят глубокие биохимические изменения, которые могут привести либо к летальному исходу или дополнительным затратам на ветеринарные мероприятия, или повышением продуктивности, при определении малозатратных технологий.

Реализация адаптации организма к низким температурам среды возможна при помещении телёнка в наружный домик не позднее одних суток после рождения и температуре воздуха не ниже -25°C (критическая минусовая температура). При этом отмечены более раннее эффективное проявление физической терморегуляции организмом уже в 2–3-дневном возрасте, ее активное становление в период с 4 до 10–15-дневного возраста животных, более экономное функционирование систем, ответственных за адаптацию организма к холодному стрессу, высокий уровень его резистентности и жизнеспособности.

Нами было отмечено, что наиболее важным элементом в технологии содержания телят на свежем воздухе, является приспособление организма к новым (стрессовым) условиям окружающей среды. Одной из причин низкой продуктивности и высокого уровня заболеваемости телят, является несоблюдение оптимального времени содержания от отела, до размещения их в индивидуальный домик. Исходя из этого, нами была определена цель, проанализировать технологию холодного метода (на свежем воздухе) выращивания телят в условиях низких температур. Определить при этом оптимальные технологические и гигиенические параметры, выявляя при этом наиболее опасные (критические) точки (факторы), которые способствуют снижению продуктивности и являются причиной заболеваний. Одной из решаемой задач, стало определение оптимального времени (периода) нахождения телят в помещении после отела, в зависимости от различных условий (естественное и принудительное) обсыхания кожного покрова (температуры окружающего воздуха).

Экспериментальная часть работы проведена в период 2008–2010 гг. в условиях ряда хозяйств Воронежской области. Для проведения ряда опытных исследований были выбраны хозяйства с привязным и беспривязным содержанием коров. Исследования и наблюдения проводились в зимний, наиболее холодный период года. Методом сбалансированных групп-аналогов были сформированы опытные группы телят, общее количество ($n = 120$), которые имели разные признаки в физиологически зрелого (нормотрофики) и незрелого (гипотрофики) индивидуального состояния. Использовались общепринятые методики исследований. У телят в течении поставленного опыта определяли живую массу, на основании взвешивания их при рождении и далее до 2 месяцев. Вели наблюдение за клиническим состоянием организма животных. Клиническое состояние у телят каждой группы определяли по следующим показателям: температура, пульс, дыхание, общее состояние.

Группы телят были сформированы в родильных помещениях с неурегулированным микроклиматом (первая группа), при беспривязным содержанием коров, а также в помещениях с регулируемым микроклиматом (вторая группа), где содержались животные в условиях в стойло-привязного содержания. У родившегося теленка удаляли слизь из ноздрей и проводили обработку пуповины. Первую выпойку молозивом проводили в течении первых 2 часов жизни в количестве 10 % от живой массы (3–4 литра). Для выпойки телят использовали молозиво только от здоровых коров 3 лактации и старше. Со второго дня жизни телёнка выпаивались сквашенным молозивом с муравьиной кислотой. Телят первой группы, после отела размещали под инфракрасной лампой в индивидуальном домике ($n_{cp} t = +32,8^{\circ}\text{C}$) на-

ходящегося в родильном помещении. Телята, второй группы после облизывания коровой-матерью, размещали в изолированное помещение ($n_{cp} t = +14,2 \text{ }^{\circ}\text{C}$), без использования искусственного обогрева. Обсыхание кожного покрова происходило естественно. После содержания определенного опытного времени в помещении при различных условиях телят обеих групп выводили в условия открытого холодного воздуха в индивидуальные домики, где они содержались в течение 2 месяцев.

Как показали результаты проведенных исследований, показатели продуктивности и уровня заболеваемости в группах выше, при содержании телят первой группы в помещении свыше 24 часов, телята второй группы соответственно свыше 6 часов. У некоторых телят в обеих группах зарегистрированы заболевания желудочно-кишечного тракта, у которых период содержания в помещении, выше предлагаемого. Число павших телят составило 3 головы, вторая контрольная группа 2 головы и 1 теленок в первой группе.

При определении клинического состояния опытных и контрольных групп, было отмечено, что число дыхательных движений у контрольной группы телят меньше, чем у опытных групп и составляло 27–33 ($n_{cp} = 30$). При размещении телят в условиях холодного открытого воздуха, дыхание глубокое, ровное. Также замедление дыхания и увеличение глубины, отмечалось и у опытных групп, когда размещали их на открытый воздух. Температуру тела определяли ректально, особенных различий не было обнаружено, температура тела составляла $t = 38,3\text{--}39,2 \text{ }^{\circ}\text{C}$. При определении частоты пульса у телят контрольной группы было отмечено уменьшения числа пульсовых колебаний на $n_{cp} 21,3$ числа ударов в минуту.

Из проведенных исследований, можно отметить, что при передержки телят в помещении, организм становится «изнеженным», с ослабленными жизненно-важными функциями. Поэтому, необходимо технологически обоснованно учитывать определение параметров при выращивании телят на свежем воздухе в зимний период.

ПСИХОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ЛАКОКРАСОЧНЫХ ТОВАРОВ ТОРГОВОЙ МАРКИ «АЛЬПИНА»

Е.Г. Крылова, к.э.н., доцент, Е. Генесева

Белорусский государственный экономический университет (г. Минск)

При сегментировании рынка последнее время повышенное внимание уделяется психографическим критериям, прежде всего факторам, характеризующим образ жизни людей. Недавние результаты исследования американской компании «Young Rubicam» показали, что потребителей всё больше волнуют не качество и надёжность товара, а жизненные ценности, которые проповедует рекламируемый бренд товара. Продолжает увеличиваться разрыв между демографическим и психографическим анализом как направлениями маркетинговых исследований потребителей, причем значение демографической сегментации имеет тенденцию к снижению.

В основе психографического анализа лежит определение влияние образа жизни человека в целом и тенденций к распоряжению его ресурсами (время и деньги) на покупательское поведение. Эти свойственные индивидууму характеристики, сформированные в процессе его социальных взаимодействий, изучаются через призму движения через этапы жизненного цикла потребителя. Психографический профиль потребителя подвержен влиянию как внешних, социальных факторов — культуры, ценностей, демографии, субкультуры, социального класса, референтных групп, семьи, так и индивидуальных характеристик — мотивов, эмоций, личности. Индивидуумы, домохозяйства и организации имеют свои особенности, при этом все эти группы взаимодействуют друг с другом. В связи с этим, исследователям приходится непрерывно заботиться об обновлении и совершенствовании научных методов и маркетинговых стратегий.

Психографический анализ позволяет продавцам понять не только стили жизни, которых придерживаются покупатели их товаров, но и методы более эффективных коммуникаций с потребителями разных сегментов. В тоже время это дает возможность определить, как позиционировать новый или существующий товар, как лучше «донести» его до потребителей, придерживающихся определенного стиля жизни. Основная идея метода — заглянуть за