

УДК 619: 616. 995. 121

**М. Б. Тулепбергенова**, магистрант,

**М. Ш. Шалменов**, ветеринария ғылымдарының докторы, профессор

Жәңгір хан атындағы Батыс Қазақстан аграрлық-техникалық университеті, Орал қ., ҚР

## **БҚО ҚАРАТӨБЕ АУДАНЫ «НҮРБЕРГЕН» ШАРУА ҚОЖАЛЫҒЫНДАҒЫ ҚОЙЛАРДЫҢ МОНИЕЗИОЗБЕН ЗАҚЫМДАЛУ ДЕҢГЕЙІ**

### **Аннотация**

Мақалада Батыс Қазақстан облысы Қаратөбе ауданы «Нұрберген» шаруа қожалығындағы әр жастағы қойлардың мониезиозбен зақымдалу дәрежесі баяндалады.

**Түйін сөздер:** мониезиоз, зақымдалу, қой малдары, гельминтоз.

Қазақ халқы ежелден мал шаруашылығымен айналысқан, өзінің сан ғасырлық тарихында жануарлардың инвазиялық аурулармен күресудің өзіндік мол тәжірибесін жинақтады. Сондай-ақ, сол заманғы шаруашылық және тіршілік жағдайына сай жұрт жанарту, жайылым ауыстыру, көші-қонды реттеу, ауру малды оқшаулау т.б. біртұтас жүйелерді көреміз. Міне осылардың өзі ешқандай дәрі-дәрмексіз жүргізетін шаралар болып табылады және көптеген пайдаларын тигізген.

Жануарлардың паразиттік аурулары Батыс Қазақстан облысында кеңінен таралған. Олар мал шаруашылығында ет, сүт, жүн өнімдерінің жетіспеушілігінен, төл ауруының азаюынан, жұмыс қабілетінің төмендеуінен және жануарлар өлімінен келетін үлкен экономикалық зардап тудырады [1].

Мал шаруашылығын одан әрі өркендету және мал басын сақтау үшін малдың инвазиялық ауруларын жан-жақты зерттеудің маңызы зор.

Инфекциялық қоздырушы көзі – ауру малдар. Гельминтозды кезінде анықтап қолға алсақ, аурудың таралуын жоямыз. Сондықтан да, шаруашылықта жыл сайын, маусым сайын дегельминтизация жүргізіліп тұру қажет [2].

Қазіргі кезде гельминттік, басқаша айтқанда құрт аурулары, алаңдаушылық туғызуда. Соның бірі, көп кездесетін – қой малдарының мониезиозбен шалдығуы.

Мониезиоз ауруы шаруашылықта малды жайылымға шығарған кезде пайда болады. Гельминтоздар көбіне күйіс қайыратындарда кездеседі.

Мал бұл дертті қора төңірегіндегі қи, тезек шашылған жерлерден жұқтырады, өйткені өте ұсақ, жай көзге жөнді байқалмайтын сауытты кенелер-орибатидтер шіріген органикалық заттары мол топырақ қабатында өмір сүреді. Топырақ кенелері жер бетінде біркелкі тарамған. Олар далалы, таулы алқаптарда, бұлақ, өзен аңғарларында жиірек, ал шөбі шүйгін, ылғалы мол жайылымдарда, жазық сазды жерлерде азырақ кездеседі [3].

Мониезиоз құрты малға өріске шығысымен жұға бастайды, ал төл арасында аурудың алғашқы клиникалық белгілері 15-20 күн өткеннен кейін байқалады. Қазақстанда бұл гельминтоз 2-3 айлық қозыларда едәуір дәрежеде шығынға ұшырататын індет болып саналады. Сонымен қатар ол тоқтыларда және сақа қойларда кездеседі.

Қойлардың мониезиоз гельмитіне ерекше қарау керек, себебі жылына кем дегенде төрт рет дегельминтизация жүргізу керек, яғни қозыларға шілде, тамыз, қыркүйек айларында жасаса, ал қазан айында қойлар мен қозыны қосып жүргізеді [4].

Ішқұрт ауруы қоздырғыштарының өздеріне тән айырмашылығы бар. Мысалы, жаз ортасына дейін негізінен алғанда *Moniezia expansa*, ал күзге қарай *Moniezia benedeni* кездеседі. Құрттың бірінші түрі негізінен көбінесе жас қозыларды зақымдаса, ал екіншісі - сақа малдарды зарарлайды [5].

**Қойылған мақсат:** Батыс Қазақстан облысы Қаратөбе ауданына қарасты «Нұрберген» шаруа қожалығындағы қойлардың мониезиоз гельминтімен шалдығуының интенсивтілігі мен экстенсивтілігін сараптап, анықтау.

**Өзіндік зерттеулер мен әдістер:** Ғылыми зерттеулер 2014 жылдың қыркүйек айының аяғы мен қазан айының басында Батыс Қазақстан облысы Қаратөбе ауданындағы «Нұрберген»

шаруашылығында 60 бас қой бөліп алып, яғни 20 бас қой – 6 жаста, 20 бас қой – 2 жаста, 20 бас қой – бір жасқа дейінгілерге – ішек жолдарындағы гельминттерін анықтау мақсатында толық гельминтологиялық жарып сою мен Фюллеборн әдісін қолданып зерттеулер жүргіздік.

Қойлардың ішек-қарындарын мұқият тексеру үшін жануарлардың құрсақ қуысын толық гельминтологиялық жарып сою арқылы ашып, қуыс қуысына жиналған қанға назар салып қарадық.

Ащы ішек, тоқ ішектерді май мен шажырқайдан тазартқан соң, әрқайсысын жіппен байлап, бөлек-бөлек ыдыстарға салып алдық.

Аталған ащы ішектер мен тоқ ішектерді жеке жеке қайшымен жарып, ішіндегі сұйық затты алдын ала дайындалған құйып, әрбір бөліктің кілегей қабығын анатомиялық қысқашпен қырып, оны да шайындымен араластырып, тұндырдық. Кейін тұнбадан суды төгіп тастап, қайта су құйып шайдық, яғни шөгеру әдісін қолдандық (бірнеше рет, мөлдір тұнық болғанша) [6].

Осылайша, біртіндеп шаю әдісі арқылы су мөлдір болғанша тазалайды. Кейін шөгіндіден көзге көрінер таспа құрттарды жинап алып, тұнбаны аз-аздан қарап, қара түсті астаушаға қойып, жарыққа тосып МБС микроскопымен тексердік (К. И. Скрябин бойынша).

Нәтижесінде 20 бас 6 жастағы қойлардың 13–і зақымдалып, инвазияның экстенсивтілігі (ИЭ) 65,0%, ал инвазияның интенсивтілігі (ИИ)  $7,4 \pm 0,6$  дана аралығында мониезия гельминті табылды. Ал 2 жастағы 20 бас қойлардың 8-і зақымдалып, инвазияның экстенсивтілігі (ИЭ) 40,0%, ал инвазияның интенсивтілігі (ИИ)  $5,1 \pm 0,5$  дана аралығындағы аталмыш гельминт табылған болатын. Сондай-ақ, 20 бас 1 жасқа дейінгілердің 11-і зақымдалып, инвазияның экстенсивтілігі (ИЭ) 55,0%, ал инвазияның интенсивтілігі (ИИ)  $3,5 \pm 0,3$  дана аралығында мониезия гельминті табылған болатын.

#### **Зерттеу нәтижелері.**

1 кесте – «Нұрберген» шаруашылығындағы қойлардың мониезия гельминтімен зақымдалу дәрежесі

Жануар жасы	Тексерілген мал бас саны	Зақымданғандар саны	Инвазия экстенсивтілігі (ИЭ %)	Инвазия интенсивтілігі (ИИ., экз)
6 жастағы қойлар	20	13	65,0	$7,4 \pm 0,6$
2 жастағы қойлар	20	8	40,0	$5,1 \pm 0,5$
Бір жасқа дейінгілер	20	11	55,0	$3,5 \pm 0,3$
Орташа көрсеткіш			53,3	$5,3 \pm 0,4$

Қорытындылай келе, БҚО, Қаратөбе ауданы «Нұрберген» шаруа қожалығында қойлардың мониезия гельминтімен зақымдануы жоғарыда зерттеу нәтижеде көріп отырғанымыздай орташа деңгейде тараған деген тұжырымға келеміз. Жалпы инвазиялықтың шаруашылықтағы орташа көрсеткіші, инвазия экстенсивтілігі (ИЭ) 53,3% құрап отыр, ал инвазия интенсивтілігі (ИИ)  $5,3 \pm 0,4$  көрсетті.

#### **ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ**

1 Саденов М.М., Кармалиев Р.С. Батыс Қазақстан облысы жағдайындағы ауыл шаруашылық малдарының паразитозды ауруларының эпизоотологиясы мен емі // Жаршы. 2008. – №5. – С.57-60.

2 Сабаншиев М.С., Жакиянова М.С., Слямбеков М.Ф. Шығыс Қазақстан шаруашылықтарында тіркелетін инвазиялар және олардың залалдану динамикасы. // Ветеринария, 2012. – № 3. – 45-47 с.

3 Бредихина В.А. Антиген из мониезии и возможности его использования для целей диагностики и профилактики мониезиоза овец. Автореферат кандидатской диссертации, 1951. – 21с.

4 Танзиоров К.А. Эпизоотология мониезиоза овец в условиях Терско-Кумской низменности и совершенствование мер борьбы. Автореферат кандидатской диссертации, 2012. – 11 с.

5 Кармалиев Р.С. Гельминты пищеварительного тракта жвачных в Зап.-Каз.обл. И

эффективность средств защиты / Р.С. Кармалиев // Тр. Всерос.института гельминтологии им.Скрябина. – 2004. – С. 105-110.

6 Полутон Д.Б. Мониезиоз овец в Нижнем Поволжье. Автореферат кандидатской диссертации, 2010. – 25 с.

**РЕЗЮМЕ**

В статье показана степень пораженности мониезиозом овец различной возрастной группы в КХ «Нурберген» Каратюбинского района Западно-Казахстанской области.

**RESUME**

The affected degree of various age group sheep with monieziasis in Karatobe district of West Kazakhstan region was shown in the article.

УДК 629.35

**Е.М. Джаналиев**, кандидат технических наук, доцент кафедры «Профессиональное и техническое обучение»,

**Э. А. Мендешова**, магистрант

Западно-Казахстанский аграрно-технический университет им. Жангир хана, г.Уральск, РК

### СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ДИЛЕРСКИХ ЦЕНТРОВ

#### Аннотация

В статье рассмотрены вопросы анализа факторов и построения моделей прогноза на выбор стратегии развития дилерской сети.

*Ключевые слова:* стратегия, спрос, модель, дилер.

У компаний, реализующих множество моделей машин на больших территориях или во многих странах, вместо центрального склада или наряду с ним, имеются зональные склады, которым поручено обслуживание только региональных складов. Управление запасами в системах складов осуществляется централизованно, это способствует сокращению запасов в системах.

Максимальное удовлетворение спроса – достижение установленного процента удовлетворения заказов по номенклатуре. Ни один поставщик не надеется на полное удовлетворение спроса ввиду невозможности хранения всей номенклатуры деталей даже в системе складов.

Уровень удовлетворения спроса редко превышает 90-95%, и этот конкретный уровень устанавливается каждым поставщиком для своей сбытовой сети как параметр стратегии управления запасами, влияющий на объем запасов и расходы по их содержанию.

Очевидно, что невыгодно стремиться к чрезмерно высокому уровню удовлетворения спроса: придется хранить значительные запасы деталей нерегулярного спроса. Анализ упущенных продаж показывает, что 96,5% невыполненных заявок покупателей содержали детали, отсутствовавшие в нужный момент на складе, хотя обычно они хранились там и регулярно продавались. Только в 3,5% невыполненных заявок покупатели просили те детали, которые не планировалось хранить и продавать.

Работа предприятия на рынке автомобильных запасных частей может быть успешной, если выполняются три основных условия:

- в распоряжении предприятия имеется вся информация необходимая для принятия оперативных и стратегических решений в условиях рыночной среды;
- руководство предприятия имеет возможность на основе этой информации принимать рациональные управляющие решения;
- руководство предприятия имеет возможность контролировать выполнение принятых решений и их результаты и оперативно корректировать свои действия в конкурентном противостоянии.

Вместе с тем, довольно трудно дать полное определение стратегии, поскольку оно настолько многогранно, что даже при незначительном изменении угла зрения на него, картина меняется весьма существенно. Само слово стратегия, как известно, очень древнее и происходит

оно от греческого «strategia», искусство или наука быть полководцем. В настоящее время различные авторы подходят к представлению этого понятия с различных точек зрения. Например, профессор Квин в своей книге «Strategies for Change: Logical Instrumentalism» считает, что стратегия должна:

- содержать явные цели, достижение которых является решающим для общего исхода дела;
- поддерживать инициативу;
- концентрировать главные усилия в нужное время в нужном месте;
- предусматривать такую гибкость поведения, чтобы использовать максимум ресурсов для достижения результата;
- обозначать скоординированное руководство.

Классическим считается определение стратегии, представленное в книге «Стратегический менеджмент: концепции и ситуации» профессоров Алабамского университета А.Дж. Стрикленда и А.А. Томпсона: «Стратегия – это управленческий план, направленный на укрепление позиций организации, удовлетворение потребностей её клиентов и достижение определённых результатов деятельности» [1].

Все эти определения в той или иной мере раскрывают понятие стратегии, и что более важно, показывают всю сложность и многогранность действий и процессов, которые могут стоять за этим словом. Процесс формирования и реализации стратегии включает в себя решение пяти взаимосвязанных задач:

- решение о том, в каком бизнесе компания будет работать, и формирование стратегического видения, т.е. фактически определение цели, долгосрочного направления движения и конкретной миссии, которую она должна выполнить;
- преобразование стратегического видения и миссии в конкретные задачи и цели работы;
- разработка стратегии достижения поставленных целей;
- квалифицированное и эффективное внедрение и использование избранной стратегии;
- оценка результатов работы, изучение новых тенденций и осуществление корректирующих действий в отношении долгосрочных направлений развития, целей стратегии или методов её реализации в свете фактического опыта, изменяющихся условий, новых идей и возможностей [1].

Если рассматривать в рамках указанного выше процесса разработки и реализации стратегии модель стратегического менеджмента в компании, то наиболее полно она представлена в рисунке 1.

Стратегию сбыта организации в данном случае можно определить как стратегию основных подсистем организации, которая, безусловно, должна содержать в себе элементы достижения стратегических приоритетов компании и разрабатывается в рамках стратегии отдельного бизнеса или стратегии специализированных видов деятельности.

Если же рассматривать место сбытовой стратегии в рамках иерархии формирования стратегии компании, представленной на рисунке 2, то, безусловно, она относится к классу функциональных стратегий, таких как производственная стратегия, финансовая стратегия и стратегия НИОКР. Функциональные стратегии, хотя и имеют более узкую сферу деятельности, чем более высокие уровни иерархии, добавляют очень важные детали к общему плану бизнеса. Они позволяют установить те действия, подходы и практические методы, которые будут использоваться при управлении конкретной функцией, подразделением, службой. Таким образом, сбытовая стратегия – это совокупность действий и решений, определяющих направление и принципы сбытовой деятельности компании в условиях конкурентной борьбы.

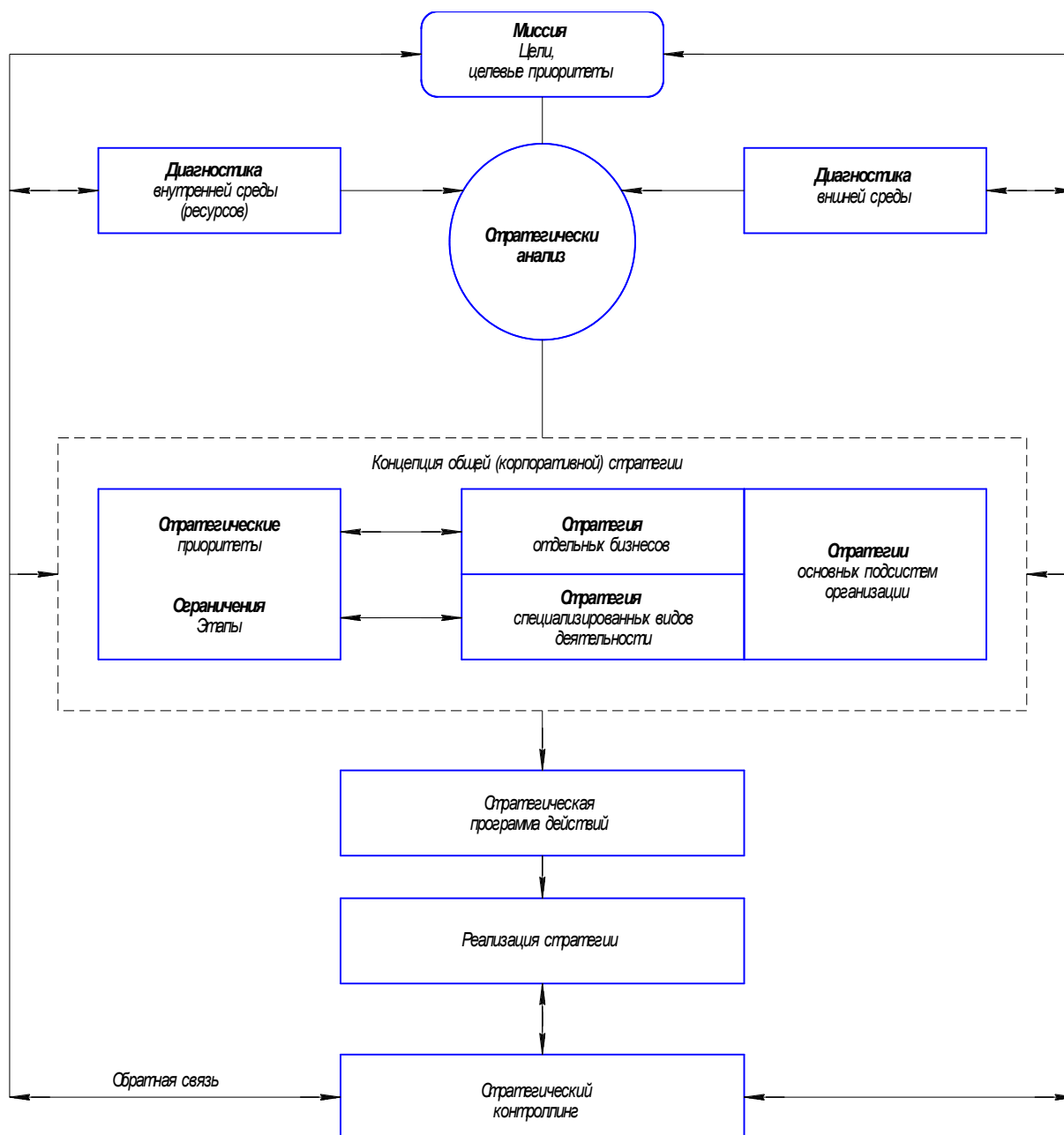


Рисунок 1 – Модель стратегического менеджмента

По мнению М. Портера, большинство стратегий можно сгруппировать, взяв за основу одну из видовых стратегий:

- контроль над затратами;
- стратегию дифференциации;
- фокусирование [3].

Стратегия контроля над затратами базируется на снижении производственных издержек по сравнению с затратами конкурентов путем обязательного контроля над затратами и/или путем регулирования размера предприятия и объема продукции, благодаря чему достигается более высокая эффективность производства. Именно низкие цены могут служить своего рода барьером для появления новых конкурентов. Для развития дилерских сетей данная стратегия связана с четким регулированием критериев отбора дилеров для определенных регионов, в особенности в случае наличия собственной сбытовой системы [4].

## Диверсифицированная компания



Рисунок 2 – Иерархия стратегии компании

Стратегия дифференциации направлена на то, чтобы предоставить на рынок товары или услуги, по своим качествам более привлекательные в глазах потребителя, чем конкурирующая продукция. Эти дополнительные особые качества могут содержать следующие элементы: имидж, сервис, разветвленную сеть филиалов для оказания услуг. Стратегия дифференциации – это надежная и долгосрочная стратегия для достижения уровня прибылей выше среднего по отрасли, так как клиенты, предпочитающие одну и ту же марку, менее восприимчивы к цене [5].

Дилерские сети могут служить одним из составных элементов данной стратегии, так как сеть – не только дополнительное качество товара, но и система, обеспечивающая другие дополнительные качества.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации. Учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж.Стрикленд. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 210 с.
- 2 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник для высш. И средн. Спец. Учебн. Заведений / Ф.Г.Панкратов, Т.К.Серегина. – М. : Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1997. – 200 с.
- 3 Портер, М. Конкуренция. Учебное пособие / М. Портер, Э.Майкл. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2011. – 65 с.
- 4 Панов А.И. Стратегический менеджмент / А.И.Панов. – М. : ЮНИТИ - Дана, 2003. – 37 с.
- 5 Гурков И.Б. Стратегический менеджмент организации. Учебное пособие / И.Б.Гурков. – М. : ТЕИС, 2004. – 64 с.