

ность выделенных бактериальных культур к лекарственным препаратам: гентамицину, фурадолину, левомицетину, биовит-80, энрофлону, Абактану определяли в лабораторных условиях методами диффузии в агар и серийный разведений. При определении чувствительности баккультур *E. coli* O1, *S. typhimurium* O4 Vi, *Str. pneumoniae* к антимикробным препаратам выявили, что все выделенные культуры обладали наибольшей чувствительностью к Абактану и энрофлону. Принимая во внимание высокую чувствительность выделенных баккультур к Абактану, *in vitro* была изучена его антибактериальная активность. Установлено, что Абактан в дозах 3,2 - 35,0 обладал выраженным бактериостатическим и бактерицидным действием на возбудителей колибактериоза, сальмонеллеза, стрептококкоза нутрий.

Терапевтическое действие Абактана, биовит-80, энрофлону оценивали на больных ассоциативной инфекцией колибактериоза, сальмонеллеза и стрептококкоза нутриях 40-60-дневного возраста в племзверосовхозе «Северинский». На каждый препарат взяли по 50 голов зверей. Пер-

вой группе нутрий с кормом задавали биовит-80 из расчета 0,5г на голову в течение 12 дней, второй группе нутрий - энрофлон в дозе 0,25г на 1 кг массы тела животного в течение 7 дней (согласно наставления по применению), третьей группе нутрий вводили Абактан внутримышечно в дозе 5 мг/кг массы в течение 3-х дней, контрольная группа нутрий не получала препарат.

Наиболее эффективным оказался Абактан в дозе 5мг/кг массы тела при внутримышечной инъекции в течение 3-х дней. По этой схеме лечили 50 голов, из них выздоровело 50 (100%). При применении энрофлону с кормом в дозе 0,25г/кг массы тела животного в течение 7 дней выздоровело 49 гол. (98%), а биовит-80 соответственно 0,5г/голову в течение 12 дней – 30 гол. (60%).

Таким образом, в производственных условиях при ассоциативной инфекции нутрий колибактериоза, сальмонеллеза, стрептококкоза высокую терапевтическую эффективность показали Абактан (100%) и энрофлон (98%).

Экономические науки

НОВЫЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ В ТОВАРОВЕДЕНИИ

Муратов В.С., Морозова Е.А.

*Самарский государственный технический
университет
Самара, Россия*

Рынки XXI века определяются инновационными, высокотехнологическими товарами (Т). В них определяющую стоимость составляют затраты, связанные с реализацией интеллекта. Т без интеллектуальной составляющей не найдут путей на рынки. Доля «интеллекта» в стоимости продукции в конце XX века составляла 1-2%, к 2025 году она вырастет до 20-30% [1].

Успех будет в первую очередь определяться стадиями генерирования идей и проведения НИОКР, а не стадией производства или традиционного маркетинга (ТМ). Здесь идет речь о разных стадиях технологического жизненного цикла Т. В условиях технологической революции выживает только тот, кто на стадиях генерирования идей и НИОКР опережает конкурентов.

При системно-энергетическом подходе к развитию предприятия маркетинг (М) не может рассматриваться как метод адаптации к внешней среде. ТМ в системе «спрос – предложение» ведущим звеном рассматривает спрос: «спрос определяет предложение»- это его фундаментальный закон. Он верен в краткосрочном масштабе времени на конкретном рынке.

Но в стратегическом плане, историческом масштабе времени это не так.

ТМ на первое место выносит изучение существующих рынков и адаптацию к ним. Синергетический М (СМ) на первое место ставит проблему – как изобретение превратить в Т, пользующийся спросом через определенное число лет. Тем за сколько лет изобретение превратится в «Т на рынке» и определяется успех в бизнесе. Не адаптация к существующему рынку, а создание новых Т и выход на новый рынок – вот главная задача М в XXI веке. Хорошее предложение определяет хороший спрос- требование нового рынка.

Определяющим фактором успеха СМ является выдвижение идей, концепций, образцов новых Т и рынков на основе изучения тенденций и процессов в технических, экономических и сопредельных науках. Технология СМ в отличие от традиционного строится не столько на изучении рынка (спрос, емкость, сегментация), а на проектировании будущего товара, будущего потребителя и будущего рынка. Задачи СМ: формирование новых рынков; разработка и представление покупателю нового Т; разработка новых каналов сбыта новых Т; разработка новой логистики движения Т, включая складирование, транспортировку, транзакции, трансферты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1.Кузнецов Б.Л. Синергетический менеджмент в машиностроении.- Набережные Челны: Издательство Кам ГПИ, 2003. - 400с.