

Okiem eksperta

Aleksander Osten-Sacken, Holenderska Genetyka Plus

Prawidłowy wybór buhaja dla stada jest bardzo ważną decyzją hodowlaną. To od niej zależy, jakie będą nasze krowy w przyszłości i czy spełnią one nasze oczekiwania. Dlatego należy przede wszystkim zastanowić się, jakie cechy chcielibyśmy w pierwszej kolejności poprawić u naszych krów. Mogą to być np. słabe nogi, nisko zawieszona wymię lub nieprawidłowy (zbyt mały lub zbyt duży) kaliber krów, a także potencjał produkcyjny i skład mleka. W tej ostatniej kwestii warto zwrócić szczególną uwagę na procentową zawartość białka w mleku córek buhaja – jest to parametr, na którym w wielu mleczarniach można coraz lepiej zarobić. Oczywiście nie wszystkie krowy w naszym stadzie są takie same, dlatego warto używać równocześnie 3–5 buhajów, w tym przynajmniej jeden z nich powi-

nien dawać łatwe porody (będzie to buhaj do krycia jałówek).

Niestety w praktyce wybór buhaja bardzo często nie jest poprzedzony analizą potrzeb oraz wyznaczeniem celu hodowlanego dla stada. Zdarza się, że rolnicy ulegają modzie, sugestii nierzetelnych lub niekompetentnych doradców, fascynacji wysokim indeksem buhaja lub rewelacyjnym zniżkom, oferowanym przez sprzedawców nasienia. Tymczasem najlepszy jest zawsze ten buhaj, który najlepiej pasuje do naszego stada i który w najlepszy sposób poprawi cechy naszych krów – dlatego dla różnych stad mogą to być zupełnie inne buhaje i wcale nie muszą to być buhaje najdroższe. Indeks hodowlany może być natomiast tylko jednym z parametrów (i to wcale nie najważniejszym!) branych pod uwagę przy wyborze buhaja, a jego wysokość absolutnie nie przesądza o wartości buhaja i jego przydatno-



Aleksander Osten-Sacken

ści do doskonalenia konkretnego stada. Należy też zachować daleko idącą ostrożność przy korzystaniu z ofert buhajów, w których ceny obniżone są w stosunku do katalogowych o kilkadziesiąt złotych lub kilkadziesiąt procent. W takim wypadku należałoby zastanowić się, ile naprawdę warto jest nasienie tych buhajów i czy nie jesteśmy poddawani marketingowej manipulacji, mającej skłonić nas do decyzji korzystnej dla sprzedawcy.