

совместимые с технологическим форматом другой компаний. Например, если потребитель приобретет телевизор от одного производителя, то и очки ему придется подбирать у него же.

Немаловажным является и вопрос цен. Если сравнивать цены на телевизионные устройства с 2D-изображением (это те, что сейчас находятся в большинстве домохозяйств) и 3D, то последние стоят в среднем на 20% дороже: их цена составляет около \$1500–2000. В 2011 г. производители планируют снизить цены для стимуляции роста продаж<sup>1</sup>. К проблемам реализации телевизоров нового поколения также относится отсутствие 3D-контента, и потребитель задается естественным вопросом: «стоит ли покупать дорогостоящий телевизор, если по нему нельзя посмотреть любимые передачи, а количество дисков и игр нового формата тоже еще слишком мало?!»

Возвращаясь к важности своевременного перехода на новые технологии, хотелось бы отметить следующее: не так важно, какой тип телевизоров 3D-формата будет производить компания, и по какой цене она его будет продавать – в конечном итоге каждая модель находит своего потребителя; главное – вовремя осуществить активные действия, чтобы не потерять долю на рынке продажи телевизоров, а компании, не решившиеся на риск, могут и вовсе потерпеть фиаско. Наиболее дальновидным компаниям стоит задуматься уже о следующем этапе развития телевизоров, так как формат 3D – не предел и следует думать, например, о связи 3D-телевизоров с интернетом для осуществления просмотра интернет-контентов на экранах домашних кинотеатров.

#### ПОСТКРИЗИСНОЕ РАЗВИТИЕ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ

Шишкина В.Д.

*Бердский филиал Новосибирского государственного технического университета, Бердск, e-mail: Ya\_shka@ngs.ru*

Ситуация на ипотечном рынке постепенно улучшается. В июне 2009 года объём выданных ипотечных кредитов вырос по отношению к маю 2009 года на 26%, в июле 2009 года по отношению к июню 2009 года – на 21%, за 2-е полугодие – в 2,75 раза. В 2009 году банки выдавали ипотечные кредиты, ориентируясь на общую кредитную историю заёмщика, на срок его работы на последнем месте (от 3 лет), на размер «белой» зарплаты (по форме 2-НДФЛ). Ежемесячный платёж по ипотеке не должен превышать 60% от уровня доходов заёмщика, тогда как до кризиса он мог составлять 80% доходов. Минимальный первоначальный взнос составляет 30% от стоимости квартиры, а степень готовности дома, если ипотечный кредит выдается на покупку квартиры в «новостройке», должна превышать 60–70%. Таким образом, если до начала кризиса при помощи ипотеки ежегодно покупалось до 15% от числа всех купленных в России квартир, то в 2009 году этот показатель составил около 5%. Директор департамента по работе с партнёрами «Абсолют Банка» Елена Воронина считает, что «восстановление ипотеки до докризисного уровня возможно только после повышения платежеспособности потенциальных клиентов и получения банками доступа к «длинным» ресурсам, так как жилищные кредиты рассчитаны на долгий срок». А это во многом будет зависеть от темпов нормализации общеэкономического положения России. По данным социологического опроса, проведённого в 2009–2010 годах по заказу АИЖК в четыре волны, до 2015 года купить жильё планировали только 13% семей, из них по ипотеке – треть.

<sup>1</sup> Хотелось бы отметить, что когда продукт только выходит на рынок цены, как правило, завышены из-за любопытства потребителя и его нетерпеливости. Поэтому для более рациональных покупателей советуем подождать, пока данная технология перестанет быть новинкой, а цены будут более адекватными.

В 2010 году стало известно о новых инициативах правительства. Была разработана программа, в соответствии с которой банки, присоединившиеся к программе, после выдачи ипотечных кредитов на заранее оговоренную сумму, выпускают облигации в соответствующем денежном эквиваленте, которые выкупает Внешэкономбанк. Банки, участвующие в госпрограмме, выдают кредиты на срок до 30 лет под приблизительно 11% годовых.

Летом 2010 года правительство обнародовало стратегию развития ипотеки до 2030 года, в соответствии с которой её доступность для российских семей должна постоянно расти: к 2012 году ипотеку должна стать доступной для 19% семей, к 2015 году – для 40%, к 2030 году – для 60%. При этом количество выданных кредитов должно достичь соответственно 230 тысяч, 530 тысяч, 1,6 млн. Было заявлено также об ипотечной программе в Чечне, условия предоставления кредита в которой должны были стать самыми либеральными в России – 5% годовых сроком на 50 лет.

#### О РАЗВИТИИ МОЛОДЕЖНОГО ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ГУМАНИТАРНЫХ ВУЗАХ

<sup>1</sup>Шмелева Е.А., <sup>2</sup>Белов М.С.

*<sup>1</sup>ГОУ ВПО «Санкт-Петербургский университет экономики и финансов», Санкт-Петербург;*

*<sup>2</sup>ГОУ ВПО «Шуйский государственный педагогический университет», Шuya, e-mail: shmeleva90@mail.ru*

Одним из главных приоритетов государственной политики является создание инновационной экономики, глобальная реформа всех сфер, в том числе модернизация образования с ориентацией его на подготовку высококонкурентного специалиста, личности, способной разрабатывать и реализовывать инновационные проекты.

Одним из механизмов решения стоящих задач является комплекс законодательных актов, направленных на развитие инновационного предпринимательства, совокупность целей, ориентированных на привлечение к работе в малых инновационных предприятиях молодых специалистов, студентов, аспирантов, выпускников вузов.

Общепризнанным является взгляд на понимание инновации в материальной сфере как **полный цикл процесса от идеи до готового продукта, реализуемого на рынке**. Подобный подход с трудом пробивает дорогу в гуманитарной и социальной сферах.

Когда речь идет о привлечении молодежи в создаваемые малые инновационные предприятия, то необходимо определиться с исходным условием инновационной деятельности – выдвижением и производством идеи. Подлинно научный характер открытий, воплощенный в результатах интеллектуальной деятельности, может быть обеспечен лишь тогда, когда студенты, молодые ученые проводят исследования в рамках существующих научных коллективов. Только лишь в тесном контакте с учеными студенты могут приобщиться к получению и производству инновационных продуктов и услуг, т.к. последние, в основе своей, должны быть научным открытием, иметь подлинно научный характер. Возлагать надежды на то, что студент самостоятельно сможет генерировать идею и оптимально довести ее до момента коммерциализации вряд ли стоит. Да и не в этом смысл инновационного характера профессиональной подготовки в вузе. Ведь тесное взаимодействие преподавателей и студентов имеет еще более значимый «некоммерциализируемый» воспитательный эффект – воспитание культуры научного поиска, систематичность в работе, уважение к научному труду, воспитание ученого, обладающего современными навыками инновационной деятельности в профессиональной сфере.

В технических вузах, производящими знания в области нанотехнологий, в области наукоемких производств – учеными выдвигается идея, экспериментально подтверждается, предлагается к реализации, продается. Но могут ли производиться инновационные продукты и услуги, в конечном итоге, коммерциализируемые, в гуманитарном вузе?

Для создания малых инновационных предприятий необходимы результаты интеллектуальной деятельности. Для гуманитарного вуза можно выбрать базы данных, программы для ЭВМ, секреты производства (ноу-хау), исключительные права на которые принадлежат соответствующим высшим учебным заведениям. В составлении, например, баз данных могут активное участие принимать студенты – при написании курсовых и выпускных работ, также как и разработке программ для ЭВМ. Без сомнения, любой гуманитарный вуз создает результаты интеллектуальной деятельности, способные лежать в основе создания малых инновационных предприятий. Такие предприятия могут оказывать услуги консалтингового характера (в юридической, экономической, финансовой и др. сферах), научные и образовательные услуги, физкультурно-оздоровительные, спортивные, экскурсионные, культурно-массовые и другие виды услуг. Студенты совместно с квалифицированными специалистами, несомненно, смогут принимать сильное участие в работе этих предприятий. Принимаемые законодательные льготы для осуществления деятельности таких малых инновационных предприятий создадут реальную основу для реального взаимовыгодного взаимодействия образовательных, научных учреждений и бизнес-структур для построения подлинного инновационного общества.

#### БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ ОСВОЕНИЯ НОВОГО РЫНКА

Шнурков И.В.

*Бердский филиал Новосибирского государственного технического университета, Бердск, e-mail: Ya\_shka@ngs.ru*

Бизнес-планирование занимает важное место в системе формирования стратегии развития предприятия. К настоящему времени бизнес-планирование стало признанной в мире методологией предпринимательской деятельности, превратилось в своеобразный культурный мост в цивилизованном бизнесе и деловом сотрудничестве между странами и континентами.

Начиная новое дело или проект, каждый предприниматель должен иметь полную картину организации своего дела начиная от процесса создания предприятия и заканчивая теми целями, которые предприниматель преследует в своем начинании. В процессе планирования происходит осознание текущих существующих ограничений и соизмерение энтузиазма с реальностью, что позволяет тщательно проанализировать свои идеи, проверить их разумность и реалистичность. Бизнес-план – это развернутая программа финансово-экономического состояния предприятия, на основе которой руководством принимаются решения о производстве, сбытовой деятельности фирмы, решаются вопросы финансирования и развития. Это целостный методологический аппарат, способный к комплексной оценке экономической и финансовой ситуации предприятия, анализу наиболее значимых факторов, воздействующих на итоговые показатели деятельности фирмы, выработке на основе моделирования стратегии развития предприятия.

Разработка бизнес-плана предоставляет дополнительные возможности в управлении предприятием: заставляет руководителей анализировать перспективы фирмы; позволяет осуществлять более четкую координацию предпринимаемых усилий по достижению поставленных целей; помогает установить показатели деятельности фирмы, необходимые для после-

дующего контроля; заставляет руководителей четче и конкретнее определить свои цели и пути достижения; обеспечивает фирме большую готовность к внезапным изменениям рыночных ситуаций; наглядно демонстрирует обязанности и ответственность всех руководителей фирмы.

Бизнес-план может понадобиться для усовершенствования организации и функционирования уже существующей фирмы, для переориентации предприятия на другой вид деятельности или на другой рынок или для создания принципиально нового предприятия. В каждом конкретном случае необходим качественно новый подход к привлечению денежных средств, поскольку здесь большую роль имеет размер необходимых вложений и риск предоставления этих средств для потенциального инвестора.

#### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМБИКОРМОВ ПРИ ОТКОРМЕ МОЛОДНЯКА КРУПНОГО РОГАТОГО СКОТА

Шорников М.П.

*Илекский зоотехнический техникум, филиала ФГОУ ВПО «Оренбургский государственный аграрный университет», Илек, Оренбургская область, e-mail: fgouspo-ilek@yandex.ru*

Комбикорма – это сложная однородная смесь различных кормовых средств, составленная по научно обоснованным рецептам для обеспечения полноценного кормления животных. Последствия экономического кризиса и жесточайшей засухи 2010 года вносят свои коррективы в организацию рационального кормления животных. Передовыми хозяйствами накоплен уникальный опыт эффективных технологических решений в сфере кормопроизводства, позволяющих существенно снизить стоимость кормов и при этом сохранить и улучшить основные зоотехнические показатели животноводческих предприятий. Снижение затрат дорожающих кормовых ресурсов даже местного производства возможно только при переработке их с применением премиксов и БВМД по научно обоснованным рецептам с целью наиболее эффективного использования животными питательных веществ, так как взаимодополняющее действие кормовых смесей позволяет повышать эффективность компонентов при этом снижая в массе затраты кормов на производство животноводческой продукции.

Оптимальное нормированное кормление молодняка, выращиваемого на мясо, способствует нормальному развитию животных и повышению их мясной продуктивности.

Известно, что снижение уровня кормления в большей степени тормозит рост и развитие тех частей и тканей тела, которые в этот период наиболее интенсивно растут.

Низкий уровень кормления и недостаток протеина в кормах приводит к изменению морфологических и физиологических процессов в организме молодняка, задерживают его рост. При длительном недокорме даже последующим обильным кормлением компенсировать упущенное очень трудно.

Интенсивное кормление во все периоды роста позволяет вырастить и откормить животных до более высокой живой массы при меньших затратах кормов. По данным И.И. Черкашенко, при интенсивном выращивании и откорме молодняка достигает 400 кг в 18-месячном возрасте при затрате 3000 кормовых единиц.

При более низком уровне кормления животные достигают этой массы к 29 месяцам при затрате 4000 кормовых единиц.

Интенсивное кормление способствует улучшению убойных качеств и качества мяса, так как туши таких животных имеют лучшее развитие мышц, в них достаточно жира, больше мякоти и выше доля ценных отрубов. Их мясо характеризуется высоким содержанием сухих веществ и жира.

При несбалансированном кормлении снижается интенсивность роста животных, удлиняются сроки