

$\mu_p(u, 6, 10, 10)$ [3]. Нечётким множествам N, S, V поставлены в соответствие трапециевидальные функции принадлежности: $\mu_N(u, 0, 0, 2, 5)$, $\mu_S(u, 0, 4, 6, 10)$, $\mu_V(u, 5, 8, 10, 10)$.

Выходная лингвистическая переменная *eff* описывается набором треугольных функций принадлежности $\mu_N(u, 0, 0, 1, 5)$, $\mu_S(u, 0, 1, 5, 3)$, $\mu_V(u, 1, 5, 3, 3)$, описывающей семантику нечётких множеств N, S, V на универсуме, заданном отрезком $[0, 3]$.

Заложенные в модель знания экспертов в виде продукционных правил позволяют проводить на ней оценку *eff* инвестиционной привлекательности принимаемых управленческих решений в рамках стратегических ориентиров устойчивого развития электроэнергетического предприятия на основе реализации инновационного проекта с участием государства, исходя из полученных в результате опроса экспертов значений показателей w_1, w_2, w_3 . Область оптимальных решений определяется относительно системы показателей, содержащей экономические, социальные и экологические характеристики отобранного для финансирования инновационного проекта.

Список литературы

1. Матвеева Л.Г., Рожков В.А. Концептуальные основы совершенствования институциональной среды взаимодействия субъектов рынка электрической энергии // Креативная экономика. Российское предпринимательство. – 2013. – №21 (243). – С. 124–134.
2. Катков Е.В., Бородин А.И., Стрельцова Е.Д. Нечеткая логика в оценке инвестиционной привлекательности проектов // Прикладная информатика. – 2013. – №46 (4). – С. 19–24.

ЗАРУБЕЖНЫЕ МЕТОДИКИ БИЗНЕС ПЛАНИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ КАПИТАЛА

Юзвович Л.И., Батршин А.Р.

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, Екатеринбург,
e-mail: yuzvovich@bk.ru

Американский и британский подходы к бизнес-планированию имеют ряд существенных отличий друг от друга, но оба они рассматривают бизнес-план как план обоснования инвестиций, что, на мой взгляд, и является основной функцией данного документа. Бизнес-план составляется для привлечения инвестиций и должен включать в себя такие основные разделы, как маркетинг, организация производства и финансовые данные. Вышеприведенные методики, несмотря на кажущиеся различия, содержат общие основные разделы.

В основу немецкой методики бизнес-планирования заложены идеи немецких консалтинговых фирм, адаптированные к условиям российской экономики и системе комплексного внутрифирменного планирования. Согласно немецкой методики, бизнес-план состоит из че-

тырех разделов: характеристика предприятия и инвестиционного проекта; план маркетинга; план производства и финансовый план. Методика дает возможность получить информацию об эффективности инвестиционного проекта, еще не составляя финансового плана.

Рассматривая современную дефиницию зарубежных методик бизнес-планирования необходимо отметить следующие, что универсальных методик в современном экономическом мире не существует. С уверенностью можно сказать лишь одно, для любого бизнес-плана совершенно необходимо отражение плана маркетинга, плана производства, финансового план, организационного плана. Причем если три первые части должны быть именно в таком порядке, дабы последовательно получить выручку, себестоимость, рентабельность, то план организационный должен пронизывать все перечисленные разделы.

Любой бизнес-план, в отличие от других видов планирования на предприятии, обеспечивает взаимосвязь внутренних целей лиц из внешней среды, в участии которых заинтересован предприниматель. Вполне допустимо, что банк, например, предъявит иные требования, сконцентрировавшись не на плане производства, а отдавая предпочтение финансовому плану. Аналогичным образом поступит разработчик внутреннего бизнес-плана предприятия, которое осваивает на имеющихся мощностях новый вид продукции – для него, в данном случае, более важным является вопрос не как произвести, а стоит ли это делать (план маркетинга).

Нет необходимости доказывать, что ключевым разделом в любой ситуации является финансовый план. Аккумулируя информацию других разделов, финансовый план дает ответы на самый важный вопрос – что нужно вложить и какова отдача, поскольку предпринимательская деятельность есть не что иное, как деятельность на свой страх и риск с целью извлечения выгоды.

Полнота охвата финансовым планом результатов осуществления инвестиционного проекта также может меняться в зависимости от степени сложности самого проекта и требований инвестора. Перечень вопросов, приведенных выше, на которые должен ответить бизнес-план, стандартен для небольших проектов или проектов «с нуля». С точки зрения автора, для предприятий, осуществляющих проект в рамках текущей деятельности, и особенно для тех, кто не делает зависимости между успешностью проекта и его прибыльностью, было бы разумным, начав бизнес-план с краткого анализа текущей деятельности предприятия (как это описано выше), закончить его (в финансовом плане) анализом измерений, которые произойдут в деятельности предприятия в целом, после реализации проекта.

Таким образом, определив, что инвестиции – это главная форма реализации стратегии предприятия, дав характеристику инвесторам и охарактеризовав формы инвестиций, можно с полной уверенностью сказать, что биз-

нес-планирование является основным этапом подготовки любого инвестиционного проекта в форме реальных инвестиций и определяет собой, так называемую прединвестиционную стадию.

*«Актуальные проблемы образования»,
Греция (Афины), 15-24 октября 2014 г.*

Педагогические науки

СОЦИАЛИЗИРУЮЩИЕ ФУНКЦИИ И ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИБЛИЖЕНИЯ ДОШКОЛЬНИКОВ К ДЕТСКОЙ СУБКУЛЬТУРЕ

Иванова Н.В.

*Череповецкий государственный университет,
кафедра дошкольного образования, Череповец,
e-mail: natasha3561@mail.ru*

Современная социализация подрастающего поколения имеет свою специфику, обусловленную как глобальными процессами, происходящими в мировом сообществе (разрушение человеком природы, возможность самоуничтожения человечества, распространение эпидемий, компьютеризация всех сфер жизни и т.д.), так и особенностями социально-экономического и культурного развития того или иного региона или государства в отдельности.

Современное российское общество в своём развитии претерпевает ряд экономических, социальных, психологических и других изменений, каждое из которых создает определенные трудности в процессе социального вхождения ребенка в то общество, в котором ему предстоит жить и развиваться как личности и как субъекту социальной деятельности.

Наши многолетние исследования выявили ряд негативных тенденций в становлении социальной сферы дошкольников. У современных детей отмечается пассивность, потеря способности и желания чем-то занять себя. Многие из детей не умеют налаживать отношения друг с другом, с трудом включаются в общую деятельность, неохотно подчиняются внешним требованиям, а повышенный эгоцентризм вызывает у них особую трудность при соблюдении общих правил в детской группе.

Соответственно, на современном этапе актуальна проблема изучения педагогических аспектов социализации дошкольников с учетом специфики социальной ситуации их развития, а также разработки педагогического инструментария, способствующего усилению позитивных и минимизации негативных факторов социального развития детей.

В контексте заявленной проблемы обратимся к рассмотрению феномена «детская субкультура». Детская субкультура – это совокупность особенностей поведения, форм общения, деятельности самих детей, а также особая систе-

ма бытующих в детской среде представлений о мире и ценностях, зафиксированных в детском языке, мышлении, игровых действиях. Она передает из поколения в поколение специфические способы организации детской жизни, нормы и ценности мировосприятия, общения и взаимоотношений с окружающими (Г.С. Абрамова, В.В. Абраменкова, И.С. Кон, М.М. Князева, Н.Б. Крылова, А.В. Мудрик, В.Т. Кудрявцев, М.В. Осорина и др.).

Детская субкультура определяется нами как универсальный механизм социализации ребенка, так как именно она, по нашему мнению, максимально способствует естественному включению ребенка в систему социальных связей и отношений, в ходе которого дошкольник познает мир сверстников, взрослых и имеет возможность транслировать окружающим свой собственный внутренний мир, а также удовлетворять потребность в самостоятельности и активности (1).

Раскроем содержание основных социализирующих функций детской субкультуры.

1. функция – обеспечение гармонизации процессов социализации, индивидуализации.

Важнейшей проблемой социального становления человека с точки зрения общества является проблема обеспечения успешной социализации подрастающего поколения. Для того чтобы определить, что понимать под успешной социализацией ребенка, необходимо обратиться к характеристике сущности данного процесса.

С одной стороны, социализация – это адаптация личности к обществу путем усвоения социального опыта, ценностей, норм, установок, присущих как обществу в целом, так и отдельным группам. С другой стороны, – это формирование собственной позиции и неповторимой индивидуальности, процесс саморазвития и самореализации, в ходе которого происходит создание нового социокультурного опыта. Нахождение человеком гармоничного соотношения этих двух сторон и обеспечивает его успешную социализацию в обществе.

Для современной системы образования гармонизация процессов социализации – индивидуализации ребенка является одной из приоритетных задач, которую в полной мере может решать детская субкультура. С одной стороны, в процессе приобщения к детской субкультуре целенаправленно создаются условия, обеспечи-