

литической экономики, так и современных западных экономических теорий в решении важнейших вопросов экономической жизни, начиная с предмета и метода, включая трактовку таких понятий, как товар и стоимость, деньги, капитал, собственность воспроизводство и т. п. Подобный подход поможет студентам понять азы различных подходов к исследованию экономической жизни, аргументы и обоснование различных научных школ, позволит критически воспринимать те или иные взгляды, вести полемику, самостоятельно формировать предпочтения.

Таким образом, мы сможем достичь плюрализма, равноправия и диалога различных теоретических школ при доминировании междисциплинарного подхода. Без этого современный специалист, аналитик не сможет ни сформироваться, ни вести плодотворных исследований, особенно фундаментального свойства. Если мы хотим выпускать не только узких специалистов по прикладным дисциплинам, но и молодое поколение экономистов, способных анализировать все многообразие социально-экономической жизни, критиковать и творчески развивать существующие концепции, понимать экономические основы социальных, политических и идейных противоречий в современном мире, мы должны дать им представление не только об экономике, но и о всем комплексе современных социально-экономических теорий, о реальной сложности глобальной экономики начала третьего тысячелетия.

**Л. А. Климович**

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРЕПОДАВАНИЯ КУРСА БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ**

Мировой опыт показывает, что основным источником экономического роста являются инвестиции – государственные и частные, в том числе иностранные. Однако в настоящее время сохраняются довольно существенные препятствия для иностранных инвесторов, которые включают в себя как внешние, так и «внутренние», «субъективные» проблемы. Суть их в отсутствии у хозяйствующих субъектов, действующих в сфере реальных инвестиций, достаточного опыта и знаний, необходимых для эффективной реализации инвестиционных проектов. В этом плане особое значение приобретает квалифицированное бизнес-планирование. Но, как показывает анализ бизнес-предложений отечественных предприятий, лишь немногие понимают, насколько большой объем информации необходимо обработать

и какие расчеты необходимо провести. А сама проблема повышения навыков в области бизнес-планирования не считается актуальной у самих белорусских предприятий.

В настоящее время во всем мире в качестве стандарта принята концепция технико-экономического обоснования инвестиционных проектов, разработанная ЮНИДО – Международной специализированной организацией ООН по промышленному развитию. Что касается существующих в нашей стране нормативно-правовых актов в области бизнес-планирования, то можно сказать, что единственным документом являются Рекомендации по разработке бизнес-планов инвестиционных проектов 1999 г., которые унифицируют структуру бизнес-планов предприятий, ищущих государственную поддержку и предоставляющих документы на государственную экспертизу, и могут служить руководством для остальных разработчиков инвестиционных проектов.

Как правило, в состав бизнес-плана инвестиционного проекта входят следующие разделы: общие предпосылки и история проекта; общий анализ рынка и концепция маркетинга; сырье и поставщики; местоположение, участок и окружающая среда; проектирование и технология; управление и накладные расходы; трудовые ресурсы; финансовый анализ и оценка инвестиций; выводы о главных достоинствах и недостатках проекта, оценка его целесообразности. Эта структура может меняться в зависимости от цели бизнес-плана, сферы деятельности и размера предприятия, требований инвестора. Процесс создания конкретного бизнес-плана носит творческий характер, требует от создателей глубокого понимания различных экономических вопросов, включая конъюнктуру рынка и маркетинговую стратегию, что было совершенно нехарактерно для технико-экономического обоснования проектов в директивной экономике.

В целом анализ бизнес-планирования в Республике Беларусь позволяет выделить некоторые особенности и основные ошибки, допускаемые разработчиками бизнес-планов.

1. Стандартное применение определенной методики составления бизнес-планов без учета специфики предпринимательской деятельности в стране. Например, не учитывается законодательная база, ее применение; система стандартизации; нормативно-методическое обеспечение внутренней деятельности предприятий; обычаи делового оборота, т. е. сложившиеся в предпринимательской практике правила поведения, не установленные законодательством, но не противоречащие обязательным для участников соответствующих хозяйственных отношений нормам законодательства или договорам.

Поэтому любая западная методика разработки бизнес-планов, и тем более оценки эффективности инвестиционных проектов, требует адаптации для использования в условиях отечественной экономики.

2. Попытка создания бизнес-плана путем заполнения отдельных граф в некоторой «универсальной» форме, так как нет и не может быть универсального проекта и единой стандартной формы бизнес-плана.

Разные виды бизнеса обычно требуют отражения в бизнес-планах совершенно (или в значительной степени) неодинаковой информации в различных формах. Прежде чем приступить к разработке того или иного бизнес-плана, например связанного с банковским кредитом, разработчикам следует обратиться в кредитный отдел соответствующего банка и поинтересоваться, какая именно информация интересует банк в первую очередь. То же относится и к различным сферам деятельности предприятий (например, существенно отличаются по структуре и содержанию бизнес-планы промышленных предприятий и сферы услуг).

3. Неправильное понимание того, какие аспекты, отражаемые в подобном документе, являются определяющими. Обычно много сил тратится на разработку разделов «Финансовый план», «Анализ эффективности реализации проекта», но недостаточно внимания уделяется анализу рынка продукции (услуг) и обоснованию ее конкурентоспособности.

4. Низкое качество проводимых маркетинговых исследований. Как правило, разработка маркетингового раздела поручается людям, не имеющим специальной подготовки в этой области, обычно ведущим специалистам планово-экономического отдела или одного из производственных подразделений. Однако в компаниях, использующих основы маркетинга, он является результатом объединения усилий, в том числе интеллектуальных, всего кадрового потенциала компании. Считается нормальным, что каждый специалист, имеющий возможность получить какую-либо полезную информацию о конкурентах или выпускаемой ими продукции, старается внести ее в маркетинговую базу данных своей компании.

Очень часто в плане маркетинга отдельных предприятий отсутствует даже прогноз потенциального спроса на продукт. Расчет точки безубыточности производится из расчета 100 % реализуемости продукции. Отсутствует оценка эластичности и конкурентоспособности продукции. В оценке конкурентов отечественные разработчики зачастую слишком оптимистичны, утверждая, что в Беларуси у них конкурентов нет. Анализ конкурентоспособности обычно ограничивается справкой о конкурентах. Зачастую разработчики в качестве гаранта конкурентоспособности проекта приводят «эксклюзивную технологию», а залогом успеха считают ценовую

конкуренцию. Каким образом фирма, еще не вышедшая на рынок, будет вести ценовую войну с предприятиями, уже удерживающими сектора этого рынка, разработчики не поясняют. В качестве же стратегии маркетинга обычно предлагается рекламная кампания.

5. Достаточно часто отсутствует расчет интегральных показателей эффективности: чистый дисконтированный доход ( $NPI$ ), индекс рентабельности инвестиций ( $PI$ ), внутренняя норма рентабельности ( $IRR$ ). Разработчики ограничиваются исключительно учетными оценками эффективности проекта (рентабельность, прибыль после уплаты налогов и т. д.), возможно, это является следствием отечественного бизнес-менталитета, когда приоритет отдается не расширению бизнеса, а получению прибыли. Не дается обоснование ставки дисконтирования ( $r$ ) – ключевого параметра расчета критериев эффективности. Большинство разработчиков пытаются компенсировать отсутствие дисконтирования расчетами в долларовом эквиваленте. Это отчасти заменяет учет фактора инфляции (хотя следовало бы учитывать и то, что покупательная способность доллара зависит от соотношения долларовой и рублевой массы в Беларуси), но совсем не учитывает фактор времени.

6. Расчет показателей риска в проектах в подавляющем большинстве случаев отсутствует. Методы риск-менеджмента практически не применяются. Это говорит о том, что на сегодня большинство отечественных финансовых менеджеров не имеют представления об управлении риском и методологии его количественного анализа. Качество же экспертной оценки проектных рисков в большой степени зависит от качества подбора экспертов, что выдвигает требования соответствующей подготовки специалистов.

7. Для оценки инвестиционных проектов, как правило, требуется группа экспертов, обладающих специальными знаниями не только в различных областях экономики (маркетинг, финансовый и управленческий учет, инвестиции, налоговое планирование и т. д.), но и математики (математическая статистика, например для расчета рисков). Такими кадрами обладают консалтинговые фирмы, которые оказывают такого рода услуги предприятиям. Однако стоимость этих услуг сегодня многим предприятиям недоступна. Это обстоятельство привело к созданию множества программных пакетов для инвестиционного проектирования и анализа. Наиболее известные российские – Project Expert 7 и Альт-Инвест 4.0, зарубежная – Comfar, однако необходимы разработки отечественного пакета прикладных программ.

Практика показывает, что специалисты в области мировой экономики должны владеть навыками бизнес-планирования, уметь не только оценить

правильность составления и содержание бизнес-планов, но и составлять собственный план. Выпускникам кафедры приходится работать не только в государственных управленческих структурах, но и на предприятиях и в фирмах (включая иностранные) различных отраслей экономики, постоянно сталкиваясь с проблемами инвестирования. Поэтому знание основ бизнес-планирования является необходимостью.

Программа курса бизнес-планирования для студентов специальности «Мировая экономика» рассчитана на 34 часа (18 часов лекционных и 16 практических). Такой объем учебных часов позволяет решить основные задачи преподавания курса:

- обоснование роли бизнес-планирования для оценки различных вариантов развития предприятия, изменения его структуры и эффективности инвестиций;
- обучение практическим навыкам анализа финансового состояния и организационного строения предприятия с целью его реорганизации, получения кредитов и развития производства в условиях рыночного хозяйства;
- изучение и анализ национальных стандартов составления инвестиционных проектов, закрепленных в нормативно-правовых актах Республики Беларусь;
- практическое обучение основам составления бизнес-планов.

В соответствии с поставленными задачами содержание курса включает изучение общих проблем бизнес-планирования, основных требований к составлению и содержанию его структурных частей, ознакомление с накопленной теоретической и правовой базой по бизнес-планированию. Особое внимание уделяется вопросам отражения в бизнес-плане анализа рынка и маркетинговой стратегии предприятия; организационному и производственному планированию и анализу рисков; инвестиционному планированию и анализу финансовой деятельности предприятия; ознакомлению с новейшими прикладными программами по разработке и оценке инвестиционных проектов, возможностям их использования в нашей стране.

С точки зрения дидактических требований в преподавании курса бизнес-планирования учитывается необходимость обеспечить креативность процесса обучения, интенсификацию его за счет внедрения различного рода инноваций и технологий обучения.

Традиционная система преподавания данного предмета с этой точки зрения представляется малоэффективной, так как не позволяет использовать нужное количество иллюстративного и фактического материала по курсу и обеспечивать необходимые практические навыки составления бизнес-планов студентами, а также требует дополнительных затрат лекционного времени.

Предлагаемая модульная система организации преподавания курса бизнес-планирования позволяет в значительной степени разрешить эту проблему. Курс изучается на основе 4 модулей.

**Первый модуль** – изучение теоретического материала. Он предполагает не только лекционный курс, но и этап самоподготовки студентов на основе предоставляемого им учебного пособия по бизнес-планированию, что позволяет экономить затраты лекционного времени и часть вопросов предложить для самостоятельного изучения.

**Второй модуль** – это контроль самостоятельной работы студентов (КСР). Студентам дается задание: на основе разработанных контрольных вопросов проанализировать содержание и качество выполнения готовых, представленных им для экспертизы бизнес-планов, выявить их соответствие принятым требованиям к содержанию и оформлению. Например, предлагается оценить:

- оформление данных титульной страницы;
- постановку цели данного бизнес-плана и соответствие ее содержанию;
- соблюдается ли необходимая структура бизнес-плана и какие из необходимых разделов отсутствуют или слабо освещаются;
- присутствуют ли необходимые данные в резюме проекта;
- соответствует ли каждый раздел необходимым требованиям (обратить внимание на анализ конкуренции, обоснование сегмента рынка и позиционирование товара, выбор и описание технологии, проработку экологических проблем и вопросов управления);
- расчеты основных показателей каждого раздела;
- представлены ли необходимые финансовые документы (оценить их содержание);
- представлен ли анализ рисков, какая использована при этом методика;
- обоснованы ли расчеты размеров кредита и условий его погашения;
- необходимость и правильность расчетов финансовых показателей прибыльности проекта;
- качественные и содержательные параметры раздела «Приложение»;
- изложение материалов бизнес-плана по критериям: язык изложения, четкость и точность подачи материала, наглядность (использование необходимых схем, таблиц, графиков), общие выводы.

Студентам предлагается подготовить письменно краткую рецензию (4–5 стр.), указать и обосновать положительные моменты и недостатки представленных работ. Такая форма контроля позволяет определить, в какой степени студентами усвоен теоретический материал и одновременно

обеспечить практическое знакомство с реальными бизнес-планами и подготовку к самостоятельной работе.

**Третий модуль** – это процесс углубления полученных знаний и их закрепление, приобретение практических навыков составления бизнес-планов на семинарских занятиях. Практическая работа студентов активизируется также и за счет использования метода работы студентов на занятиях малыми группами (2–3 человека), что позволяет добиться синергетического эффекта обучения. Кроме того, это позволяет использовать метод экспертных оценок для анализа видов рисков и учета влияния разнообразных качественных факторов по различным проектам. Каждая группа выступает в качестве экспертов по предлагаемым проектам на практических занятиях. На этом этапе каждая группа собирает и анализирует необходимую информацию по собственному проекту, сложившуюся конъюнктуру рынка, вырабатывает маркетинговую стратегию, производственную и организационную часть проекта и должна обосновать свой выбор и инвестиционные требования.

**Четвертый модуль** – это итоговый контроль знаний, который организуется в форме публичной защиты готовых проектов бизнес-планов, подготовленных самостоятельно каждой группой. Такая форма проведения зачета представляется в данном случае наиболее эффективной.

Предлагаемый модульный подход освоения теоретических и практических основ бизнес-планирования позволяет избежать тех ошибок и недостатков, которые существуют сегодня в реальной практике.

Такая система преподавания возможна при условии обеспечения студентов учебным пособием, подготовленным в соответствии с разделами рабочей программы по бизнес-планированию и включающим следующие структурные элементы:

- краткий конспект с базовой информацией по курсу;
- упражнения и задания, позволяющие студентам подготовить самостоятельно информацию и сделать расчеты по конкретным бизнес-планам;
- приложения, обеспечивающие необходимый иллюстративный материал в виде схем, таблиц, финансовой и бухгалтерской документации.

Использование предложенной методики организации преподавания курса бизнес-планирования позволяет реализовать необходимые требования, предъявляемые к современным технологиям обучения: интенсифицировать процесс обучения, организовать возможность самоподготовки студентов с использованием компьютера, сократить время лекционных и увеличить время практических занятий, обеспечить индивидуальный подход в обучении, практические навыки анализа и написания бизнес-планов.