

лень, які згодом також поступають в блок «Контролінг». На підставі одержуваної інформації в блоці «Контролінг» проводиться зіставлення локальних рішень з детальною оцінкою результатів. У випадку якщо локальні рішення підрозділів МТС не мають чіткого адресата і не приносять позитивних змін в процес антикризового управління, то в блоці «Контролінг» формується необхідне управляюче (корегуюче) рішення. На підставі цього рішення виробляється регулювання процесу антикризового управління.

Таким чином, запропонована модель антикризового управління направлена на запобігання кризи або вихід з кризової ситуації і має на увазі:

- чітку організацію внутрішніх комунікацій між підрозділами МТС;
- впровадження інформаційної системи з використанням програмного забезпечення;
- устанovu окремого підрозділу «Контролінг», що виконує координацію роботи МТС і підтримку ухвалення управлінських рішень;
- реалізацію антикризової стратегії, що базується на застосуванні планування антикризових заходів, систем управління грошовими потоками і прогнозування криз.

Відзначимо, що дана модель може бути використана як базова для упровадження на МТС з мінімальними корегуваннями, обумовленими специфікою діяльності.

Висновки. Загальні результати проведених теоретичних досліджень і практичних розробок зводяться до наступного. Криза є обмеженням в часі явищем, яке залежно від специфіки поточного положення і дій менеджменту може характеризуватися раптовістю настання або бути прогнозованою і своєчасному запобіганню, а в частині наслідків для самої МТС - вивести її на новий етап розвитку або привести до ліквідації. При цьому жодна МТС не застрахована від настання кризи, отже, антикризове управління актуальне для кожної з них незалежно від їх індивідуальних характеристик.

1. Антикризове управління - це сукупність дій менеджменту МТС, направлених на запобігання виникненню кризи і боротьбу з ним. Антикризове управління повинне застосовуватися впродовж всього життєвого циклу. При цьому воно вимагає упровадження особливих методик, що враховують специфіку поставлених цілей і нестандартність ситуації.

2. Як і подібна методика також можуть бути використані інструменти контролінгу, які направлені на підтримку ухвалення управлінських рішень і координацію потоків інформації. Стосовно кризової ситуації контролінг можна визначити як систему управління, направлену на запобігання кризи і вихід підприємства з кризової ситуації за допомогою забезпечення процесу ухвалення антикризових управлінських рішень.

3. Реалізація антикризової стратегії можлива за рахунок упровадження запропонованої моделі антикризового управління, яка пропонує комплексний підхід в побудові управлінської системи і має на увазі одноразове застосування: планування і бюджетування антикризових заходів, контролінгу руху грошових коштів і системи прогнозування кризи.

4. Невід'ємною частиною моделі антикризового управління є інформа-

ційна система, покликана координувати інформаційні потоки і що будується на підставі застосування технічних засобів, а саме, програмних продуктів, конкретний вибір яких визначається ступенем кризового положення і ресурсними можливостями МТС.

5. Особливе значення в рамках запропонованої моделі має збалансована організаційна структура МТС, що дозволяє оптимізувати процес управління за рахунок формування оптимального числа структурних підрозділів і чіткого розподілу повноважень між ними.

6. Впровадження розробленої моделі антикризового управління у МТС дозволить оптимізувати організаційну структуру, налагодити ефективну роботу інформаційної системи з використанням технічних засобів, а також приступити до реалізації запропонованої системи прогнозування кризи. В результаті здійснення рекомендованих заходів істотно скоротився час аналізу інформації, і, як наслідок, швидшав процес ухвалення управлінських рішень, скоректована у напрямі адаптації існуючим потребам система комп'ютерної обробки даних, реформована концепція оцінки результатів діяльності компанії.

Література

1. Albrecht Deyhle, Beat Steigmeier und Autorenteam. Controller und Controlling. - Bern, Stuttgart, Wien: Haupt, 1993. - P. 24.
2. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е.А. Ананькина, С.В. Данилочкин, Н.Г. Данилочкина и др. Под ред. Н.Г. Данилочкиной. - М.: Аудит, ЮНИТИ, 1999. - 279 с.
3. Манн Р., Майер Э. Контролинг для начинающих. Пер. с нем. - М.: Финансы и статистика, 1995. - 306 с.
4. Пушкар М.С. Контролинг: Монографія. - Тернопіль: Економічна думка, 1997. - 146 с.
5. Фольмут Х. Инструменты контролингу от А до Я. Пер. с нем. - М.: Финансы и статистика, 2001. - 288 с.

Ноур Д.В.

ОЦЕНКА БИЗНЕСА В ТРАНСФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. В статье изложены основные методические подходы к оценке бизнеса, рассмотрены возможности применения отдельных методов в условиях рыночных отношений в Украине.

Annotation. Basic methodological approaches to business valuation are discussed in the paper. The perspectives of application of selected methods under market relations in Ukraine are shown.

Ключевые слова: бизнес, стоимость, предприятие, принцип, оценка.

Введение. С развитием рыночных отношений в Украине возрастает потребность в оценке бизнеса. В соответствии с законодательством Украины оценка бизнеса является обязательной при приватизации, передаче имущества в доверительное управление, в аренду, продаже, выкупе, ипотечном кредитовании, передаче в качестве вклада в уставный капитал и других ситуациях (1).

Оценка бизнеса позволяет оценить рыночную стоимость (уставного) капитала организаций. В акционерных обществах такую оценку должны проводить независимые оценщики при дополнительной эмиссии, выкупе акций и т.д. Возрастает потребность в оценке бизнеса при инвестировании, кредитовании, страховании, исчислении налогооблагаемой базы. Оценка бизнеса необходима для выбора обоснованного направления реструктуризации бизнеса. В процессе оценки бизнеса выявляются альтернативные подходы к управлению бизнесом, определяется, какое направление бизнеса обеспечивает максимальную эффективность, а, следовательно, и более высокую рыночную цену, что и является основной целью собственников и задачей управляющих фирм в рыночной экономике.

Свои работы данному вопросу посвятили такие отечественные ученые-экономисты, как Захарченко В.И. (3), Петрович Й.М. (6), Продиус И.П. (7), Савчук В.П. (8) и др.

Постановка задачи. Бизнес - это конкретная деятельность в рамках определенной структуры. Главная цель бизнеса - получение прибыли. Объектами оценки, как правило, является действующее предприятие. Владелец бизнеса может его продать, заложить, застраховать, завещать. Таким образом, бизнес становится товаром, но с определенными особенностями. Это инвестиционный товар, т. е. вложения в него осуществляются с целью получения отдачи в будущем. Затраты и доходы разведены во времени. Ожидаемый размер прибыли имеет вероятностный характер, поэтому необходимо учитывать риск неудачи. Если будущие доходы становятся меньше затрат, то бизнес теряет свою инвестиционную привлекательность. Текущая стоимость будущих доходов, которые может получить собственник, представляет собой верхний предел рыночной цены со стороны покупателя. Бизнес - это система, поэтому может продаваться как система в целом, так и ее отдельные элементы. Потребность в определенном бизнесе как в товаре зависит от процессов, происходящих как внутри него, так и во внешней среде. При оценке бизнеса необходимо учитывать стабильность в обществе, роль государства в регулировании механизма продажи бизнеса, рынок ценных бумаг и др.

Предприятие - это определенная организационно-экономическая форма существования бизнеса, отличается от товара тем, что является объектом гражданских прав и имущественным комплексом для предпринимательской деятельности (земля, здания, механизмы и т.п.).

Оценка предприятия - это денежное выражение его стоимости, которая может быть наиболее вероятной продажной ценой и которая отражает его полезность для покупателя, что зависит от конкретных запросов покупателя. Поэтому различают разные виды стоимости: восстановительную, ликвидационную, рыночную, инвестиционную и др. При оценке важно учитывать экономический имидж - положение предприятия на рынке, фактор времени, риска, уровень конкуренции и др.

Интересы к оценке того или иного бизнеса возникает у акционеров, управляющих, поставщиков, страховых фирм, государства, инвесторов, кредиторов и др.

Результаты. Оценка бизнеса может проводиться для достижения следующих целей: повышение эффективности текущего управления фирмой; определение стоимости ценных бумаг в случае продажи акций фирмы на фондовом рынке; определение стоимости предприятием в случае приобретения его в целом или по частям; реструктуризация предприятия: ликвидация, слияние, поглощение; разработка плана развития: так, например, в процессе стратегического планирования важно оценить будущие доходы фирмы; степень устойчивости на рынке, ценность имиджа; определение кредитоспособности предприятия и стоимости залога при кредитовании; страхования; налогообложения; принятия управленческих решений; осуществления инвестиционного проекта бизнеса.

С точки зрения оценки различают разные стоимости предприятия: рыночную - при продаже объекта на рынке в условиях конкуренции; инвестиционную - стоимость собственности для конкретного инвестора при определенных целях инвестирования; страховую; налогооблагаемую; утилизационную; стоимость воспроизводства (оценивается по действующим ценам); стоимость замещения - по аналогу с подобным объектом.

В бухгалтерском учете различают: балансовую стоимость - первоначальную; восстановительную - в современных условиях; остаточную. Можно выделить ряд факторов, влияющих на оценочную стоимость бизнеса: спрос; настоящая и будущая прибыль бизнеса; затраты на создание аналогичных предприятий; соотношение спроса и предложения на аналогичные объекты; риск получения доходов; степень контроля над бизнесом; степень ликвидности активов и др.

При оценке бизнеса можно выделить три группы взаимосвязанных принципов, которые по причине несовершенства рыночных отношений в нашей стране отражают лишь тенденцию экономического поведения субъектов рыночных отношений и не применяются все сразу.

Первая группа принципов основана на представлении собственника:

1) полезность - ключевой критерий стоимости любого объекта. Она индивидуальна для каждого потребителя, но качественно и количественно определена во времени и стоимости; полезность бизнеса - это его способность приносить доход в конкретном месте в течение данного периода; чем выше полезность, тем выше величина оценочной стоимости;

2) принцип замещения: максимальная стоимость предприятия определяется наименьшей ценой, по которой может быть приобретен другой объект с эквивалентной полезностью;

3) принцип ожидания или предвидения: полезность любого бизнеса, предприятия определяется тем, во сколько сегодня оцениваются прогнозируемые будущие выгоды (доходы). При этом важна величина качество и продолжительность ожидаемого будущего дохода; то есть принцип ожидания заключается в определении текущей стоимости дохода или других выгод, которые могут быть получены в будущем от владения данным предприятием.

Вторая группа принципов обусловлена эксплуатацией собственности и связана с представлением производителей. Доходность любой экономии-

ческой деятельности определяется четырьмя факторами производства: землей, рабочей силой, капиталом и управлением:

1) для оценки надо определить вклад каждого фактора в доходность - принцип вклада: включение любого дополнительного актива в систему предприятия экономически целесообразно, если получаемый прирост стоимости предприятия больше затрат на приобретение этого актива;

2) принцип предельного вклада: наибольшая эффективность достигается при объективно обусловленной пропорциональности факторов производства;

3) принцип сбалансированности (пропорциональности): максимальный доход может быть получен при соблюдении определенных оптимальных величин факторов производства;

4) соответствие размеров предприятия потребностям рынка.

Третья группа принципов обусловлена действием рыночной среды (главный фактор ценообразования на рынке - соотношение между спросом и предложением):

1) принцип соответствия: предприятия, не соответствующие требованиям рынка по оснащенности производства, технологии, уровню доходности и т.д., скорее всего, будут оценены ниже среднего;

2) принцип конкурентности: при обострении конкуренции может быть уменьшен поток будущих доходов, либо увеличен фактор риска, что также снизит текущую стоимость будущих доходов;

3) принцип внешней среды: политическая, экономическая и социальная нестабильность влияет на конъюнктуру рынка и уровень цен;

4) принцип разделения: имущественные права следует разделить и соединить таким образом, чтобы увеличить общую стоимость объекта;

5) принцип наилучшего и наиболее эффективного использования объекта, если оценка производится в целях реструктуризации.

Оценку бизнеса можно осуществлять с позиции трех подходов: доходного, затратного и сравнительного. Каждый подход позволяет подчеркнуть определенные характеристики объекта.

При оценке с позиции доходного подхода во главу угла ставится доход как основной фактор, определяющий величину стоимости объекта. Доходный подход - это определение текущей стоимости будущих доходов, которые возникнут в результате использования собственности и возможной дальнейшей ее продажи. В данном случае применяется оценочный принцип ожидания. При таком подходе используются два метода:

1) метод капитализации, при котором рыночная стоимость объекта определяется, как отношение чистого дохода бизнеса за год к коэффициенту капитализации;

2) метод дисконтированных денежных потоков, основанный на прогнозировании денежных потоков, которые затем дисконтируются на ставку дисконта, соответствующей требуемой инвестором ставке дохода.

Хотя доходный подход является, как правило, наиболее приемлемым для оценки бизнеса, полезно бывает использовать также сравнительный и затратный подходы, которые в некоторых случаях являются более точны-

ми и эффективными.

Для оценки бизнеса с использованием затратного подхода предполагается применение следующих методов:

1) метод чистых активов, когда стоимость бизнеса определяется исходя из данных балансового объекта как разница между рыночной стоимостью активов и обязательствами;

2) метод ликвидационной стоимости, которая определяется как разница между стоимостью всех активов предприятия и затрат на его ликвидацию. Затратный метод наиболее применим для оценки объектов специального назначения, а также нового строительства, для определения варианта наилучшего и наиболее эффективного использования земли, а также в целях страхования.

Сравнительный подход особенно эффективен в случае существования активного рынка сопоставимых объектов себестоимости. При его применении используются следующие методы:

1) метод рынка капитала, в основу которого при оценке объекта принимаются рыночные цены акций, которые находятся в свободной продаже;

2) метод сделок, основанный на анализе цен приобретения контрольных пакетов акций сходных компаний;

3) метод отраслевых коэффициентов, при которых рассчитывается ориентировочная стоимость бизнеса по формулам, выведенным на основе отраслевой статистики.

Сравнительный подход основан на применении принципа замещения. В основу приведения поправок положен принцип вклада.

При оценке бизнеса особые требования предъявляются к используемой информации. Она должна быть достоверной, точной, комплексной. Всю информацию можно разделить на внешнюю и внутреннюю.

Использование и подготовка внешней информации зависит от целей оценки. Ее подготовка обычно осуществляется в такой последовательности: макроэкономическая - отраслевая - фирменная. Здесь важно учитывать всякие риски, особенно такие факторы макроэкономического риска, как уровень инфляции, темпы экономического развития страны; изменение ставок процента; изменение обменного курса валют; уровень политической стабильности; нормативно-правовая база; рынок сбыта; спрос; конкуренция и др. Источниками такой информации являются периодическая печать, нормативные документы, программы развития, правительственные прогнозы.

Внутренняя информация - это ретроспективные данные об истории развития фирмы, маркетинговая стратегия; характеристика поставщиков; производственные мощности; рабочий и управленческий персонал. Основными источниками являются бизнес-планы, интервью с руководителями; данные отдела маркетинга, ретроспективная финансовая отчетность - баланс, отчет о прибылях и убытках и применения к ним. Однако финансовую отчетность следует корректировать на уровень инфляции, нормативы; трансформировать её; исчислять относительные показатели.

Таким образом, стоимость имущества предприятия может оцениваться несколькими методами, обосновывающими рыночную цену. При оценке не

обязательно использовать все имеющиеся методы, можно ограничиться лишь теми, которые более всего соответствуют ситуации. Главное - грамотно выбрать методы, Этот процесс можно разбить на несколько этапов.

На первом этапе выбора методов должны быть четко определены:

- цель, ради которой проводится оценка;
- используемый стандарт стоимости, который зависит от цели оценки и в конечном счете определяет выбор методов оценки (например, инвестора интересует прежде всего инвестиционная стоимость, и он, соответственно, отдаст предпочтение доходному подходу);
- доля оцениваемой собственности; одни методы предпочтительнее использовать при оценке контрольных пакетов; другие - при оценке миноритарных пакетов;
- объем доступной информации; если оценщик не имеет достаточного количества данных по сопоставимым компаниям, то он не сможет использовать рыночный подход; если же нет информации о денежных потоках, то он не сможет использовать доходный подход.

На втором этапе выбора методов оценки наиболее важен анализ, как отраслевых факторов, так и факторов на уровне компании. Отраслевые факторы анализируются по следующим параметрам: перспективам развития отрасли, прошлой и ожидаемой доходности в отрасли, степени отраслевого риска. Факторы на уровне предприятия должны отражать темпы роста доходов оцениваемого предприятия, динамику его финансовых показателей, зависимости от покупателей и от поставщиков. Выбор методов оценки в большей степени зависит от характеристик оцениваемого предприятия, а не от отраслевых факторов.

На третьем этапе необходимо определить, какие использовать методы: основанные на анализе активов или же на анализе доходов. Первую группу методов целесообразно использовать, когда доходы предприятия не поддаются точному прогнозу, когда предприятие обладает значительными материальными и финансовыми ресурсами либо когда предприятие зависит от контрактов или отсутствует постоянная клиентура. Вторую группу методов целесообразно использовать, когда текущие и будущие доходы предприятия могут быть достоверно определены, либо когда активы состоят преимущественно из машин, оборудования, готовой продукции, либо когда имеется устойчивый спрос на выпускаемую продукцию.

На четвертом этапе анализируется достаточность и качество информации по сопоставимым компаниям. Если при оценке находится необходимое число сопоставимых компаний, то рассчитываются мультипликаторы, которые используются в методе рынка капитала и методе сделок. Если отсутствует подобная группа компаний, то оценка проводится с помощью методов, основанных на исследовании доходов (методы капитализации доходов, избыточных прибылей, дисконтированных денежных потоков).

На пятом этапе прогнозируется динамика будущих доходов, сравнивается с текущими доходами. Если будущие доходы предприятия будут существенно отличаться от текущих, то используется метод дисконтированных денежных потоков, в противном случае можно применить метод ка-

питализации доходов, в некоторых случаях - метод избыточных прибылей.

На шестом этапе, если используются методы, основанные на анализе активов, необходимо определить, является ли предприятие действующим или же оно находится на грани ликвидации. В первом случае наиболее приемлем метод стоимости чистых активов; во втором - метод ликвидационной стоимости.

Исходя из опыта применения разных методов при оценке предприятий бизнеса, можно сделать следующие выводы [4, 5, 9].

- Метод капитализации доходов используется при условии, что будущие доходы будут равны текущим или же темпы роста будут умеренными и предсказуемыми; доходы представляют собой достаточно значительные положительные величины, т.е. бизнес будет стабильно существовать.
- Метод дисконтированных денежных потоков целесообразен, когда будущие денежные потоки будут существенно отличаться от текущих в связи с действием таких факторов, как ожидаемые изменения в экономических условиях, изменения в структуре бизнеса; прогнозируемые денежные потоки предприятия являются значительными положительными величинами, и их обоснованно можно оценивать; чистый денежный поток предприятия в последний год прогнозного периода будет значительной положительной величиной.
- Метод стоимости чистых активов дает лучшие результаты при оценке предприятия, обладающего значительными материальными и финансовыми активами; в случае невозможности достаточно точного определения прибыли или денежного потока предприятия в будущем; действующего, вновь возникшего, не имеющего ретроспективных данных о прибылях, а также холдинговой или инвестиционной компании.
- Метод ликвидационной стоимости следует использовать при оценке предприятия, которому грозит банкротство.

• Метод рынка капитала и метод сделок можно использовать, если имеются достаточное количество сопоставимых компаний и достаточная финансовая информация по ним; финансовый анализ и прогнозирование данных представляют собой базу для расчета оценочных мультипликаторов; в мультипликаторах знаменатель является достаточно положительной величиной.

Таковы основные факторы, определяющие целесообразность использования того или иного метода.

При выборе метода обязательно надо учитывать преимущества и недостатки каждого из них.

В мировой практике наиболее часто используется метод дисконтированных денежных потоков, так как с помощью этого метода точнее определяется рыночная стоимость предприятия: при оценке определяется та сумма, которую инвестор готов заплатить с учетом будущих ожиданий от бизнеса, а также с учетом требуемой инвестором ставки дохода на инвестиции в этот бизнес. Однако использование этого метода затруднено из-за сложности точного прогнозирования. Поэтому в Украине метод дисконтированных денежных потоков используется менее широко, чем в мировой практике. Наиболее распространены в нашей стране методы, основанные на анализе

активов, и в будущем эти методы будут доминировать. На практике при оценке объектов, как правило, применяются несколько методов. Окончательная оценка определяется путем взвешивания стоимостей.

Изложенные выше подходы к оценке бизнеса были применены для оценки действующего предприятия - закрытого акционерного общества, которое успешно развивается и является представителем инновационного бизнеса в нашем регионе, получило признание традиционного экспортера. Выручка от продажи собственной продукции за последние три года увеличивалась на 30-50%, чистая прибыль - на 20-30%. Чистая прибыль направлялась в основном на развитие предприятия - 80%, на выплату дивидендов акционерам - 15%, на прочие расходы - 5%. Оценка бизнеса проводилась с целью оценки стоимости дополнительной эмиссии акций, а также повышения эффективности текущего управления бизнеса, разработки плана дальнейшего развития, принятия управленческих решений, осуществления инвестиционного проекта бизнеса.

Выводы. Проведена оценка деловой активности, которая оказалась довольно высокой. Из всех перечисленных подходов наиболее реальным стало применение затратного подхода с использованием метода чистых активов. Для оценки была проанализирована финансовая отчетность ЗАО за 4 года, показатели которой были скорректированы на уровень инфляции (за основу корректировки выбран индекс потребительских цен).

Корректировка проводилась следующим образом:

- составлялась финансовая отчетность в учетных ценах;
- классифицировались статьи баланса на денежные и неденежные;
- неденежные статьи пересчитывались по ценам с помощью индексов цен, взятых по годам приобретения активов;
- составлялась переоцененная отчетность и рассчитывалась прибыль по балансу.

После этого рассчитывалась стоимость чистых активов, как разница между активами и обязательствами, и оценивалась их динамика, которая по годам составила увеличение в 1,8, 1,4 и 1,3 раза, что использовалось для оценки развития фирмы и цены фирмы.

Наряду с затратным подходом был применен сравнительный подход - метод рынка капитала. Однако в Украине предприятий с аналогичным производственным процессом трудно было найти, поэтому мы обратились к зарубежным аналогам, на основе которых была оценена интеллектуальная собственность, стоимость оборудования, запасы полуфабрикатов и готовой продукции на складе. Таким образом, определилась примерно рыночная стоимость предприятия.

Следует отметить, что в мировой практике рыночная стоимость промышленного предприятия приравнивается к объему его продаж за 10 месяцев, а в среднем украинское предприятие стоит столько, сколько оно производит за 1,5 месяца, т. е. мера недооценки украинских предприятий примерно в 6,5 раза. Для крупнейших зарубежных компаний среднее соотношение годового объема продаж к капитализации - 1,246, а для украинского - 8,0.

Данная статья написана в рамках выполнения НИР «Научное обеспече-

ние проекта реструктуризации ООО «ИСПЗ» (№ ГР 0105U000644).

Литература

1. Гражданский кодекс Украины. - Харьков: Одиссей. 2005. - 400 с.
2. Запоточний І.В., Захарченко В.І. Державне регулювання регіональної економіки. - Харків: Одіссей. - 2003. - 592 с.
3. Захарченко В.И., Борисов О.Г., Меркулов Н.Н. Реструктуризация машиностроительного производства. - Одесса: Фенікс. - 2006. - 104 с.
4. Леонтьев С.В., Мясютин С.А., Тренев В.Н. Стратегии успеха. Обобщение опыта реформирования российских промышленных предприятий. - М.: Новости. - 2000. - 336 с.
5. Ольве Н.Г., Рой Ж., Веттер М. Оценка эффективности деятельности компании. - М.: Вильямс. - 2004. - 304 с.
6. Петрович Й.М., Захарчин Г.М. Організація виробництва: Підручник. - Львів: Магнолія плюс. - 2004. - 400 с.
7. Продиус И.П., Филиппова С.В., Захарченко В.И., Балан А.С. Экономика предприятия. Краткий курс. - Харьков: Одиссей. - 2004. - 192 с.
8. Савчук В.П., Прилипко С.И., Величко Е.Г. Анализ и разработка инвестиционных проектов. Учебное пособие. - Киев: Абсолют-В. - 1999. - 304 с.
9. Томас Р. Количественный анализ хозяйственных операций и управленческих решений. - М.: Дело и Сервис. - 2003. - 432 с.

Рудык А.М.

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ЭФФЕКТИВНОГО СОБСТВЕННИКА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Аннотация. В статье формулируется проблема формирования эффективного собственника приватизированного предприятия. Обсуждается концепция эффективного собственника приватизированного предприятия. Предлагается методика целенаправленного формирования эффективного собственника.

Ключевые слова: предприятие, собственник, структура, акционерный капитал, классификация, эффективность, инвестиции.

Введение. В результате проведения широкой приватизации государственных и муниципальных предприятий миллионы граждан Украины стали акционерами предприятий.

Таким образом, основная цель приватизации - формирование широкого слоя частных собственников - в основном достигнута. Между тем эту цель нельзя считать конечной. Конечная цель приватизации заключается в повышении эффективности общественного производства, чего пока не наблюдается по многим причинам, в том числе из-за того, что собственность пока не перешла в руки эффективного собственника, который бы обеспечил динамичное и прибыльное развитие предприятий.

Сказанное обуславливает актуальность проблемы поиска эффективно-го собственника приватизированных предприятий.

Постановка задачи. Концепция эффективного собственника приватизированного предприятия содержит следующие разделы: а) каким должен