

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

На правах рукописи  
УДК: 339.138:330.322

МУРАДОВА НАРГИЗА УЛЖАЕВНА

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА  
ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ

08.00.11 – Маркетинг

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени доктора философии (Doctor of Philosophy)  
по экономическим наукам

Научный руководитель: д.э.н., профессор  
Зайналов Джахонгир Расулович

Самарканд – 2021 год

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ .....	2
ГЛАВА I. Социально-экономическая сущность лизинговых услуг в условиях развития рыночных отношений .....	11
§ 1.1. Социально-экономические основы формирования лизинга, как экономическая категория.....	11
§ 1.2. Теоретические аспекты определяющую объективную необходимость критерии разграничения лизинга и аренды. ....	28
§ 1.3. Методологические подходы построения понятия системы лизинговых отношений и закономерностей их развития. ....	33
ГЛАВА II. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ И АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ПРЕПЯТСТВУЮЩИХ ИХ РАЗВИТИЮ .....	49
§ 2.1. Анализ критериев бизнес связей лизинговых компаний и маркетинговые исследования их конкурентоспособности. ....	49
§ 2.2. Анализ влияния бизнес процессов на развитие лизинга. ....	51
§ 2.3. Анализ состояния лизинговых услуг и механизмы управления хозяйственными рисками предпринимательских субъектов.....	61
ГЛАВА III. МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ .....	69
§ 3.1. Состояние и развитие инноваций лизинговых услуг. ....	69
§ 3.2. Необходимость совершенствования маркетинговых исследований рынка инновационных лизинговых услуг .....	72
§ 3.3. Модель стратегического развития субъекта инновационной инфраструктуры лизинговых компаний с учетом концентрации рынка лизинговых услуг .....	82
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	97
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ .....	100

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность и востребованность темы диссертации.** В мире лизинг занимает второе место среди способов финансирования после банковских услуг, подчеркивая этим свою значимость в сфере финансовых услуг. Действительно, глобальный рынок лизинговых услуг имеет успешный опыт не только по вопросам формирования лизинговых взаимоотношений, но и по предложению финансовых, в частности лизинговых технологий для лизингодателей и продавцов. White Clarke Group, являющийся лидером среди финансовых технологий утверждает, о быстро растущих тенденциях по предложению инновационных методов финансового обеспечения предприятий через лизинг. В частности, по итогам 2018 года объем нового бизнеса за счет лизинга в 50 ведущих странах мирового рынка лизинговых услуг имеет рост на 0,33% общей суммой в 1287,01 миллиардов доллара США.<sup>1</sup>

В контексте развития инновационной и цифровой экономики в мире было проведено множество исследований для развития и повышения эффективности рынка лизинговых услуг, в частности, совместимости между традиционными и новыми формами лизингового бизнеса. В этих исследованиях рассматриваются статьи по классификации, оценке, организации лизинговых услуг, расширению информационных возможностей для пользователей и их эффективному использованию на рынке лизинговых услуг. Однако ведутся исследования по важным вопросам, связанным с организацией оценки эффективности лизинговых услуг в мире на уровне международных стандартов.

Необходимость к вниманию развития рынка лизинговых услуг рассмотрены в «Дорожных картах» основных направлений структурных реформ Республики Узбекистан, где поставлена задача ускорения процесса перехода к конкурентной рыночной экономике. Способствует тому и «дальнейшее развитие финансового сектора, предусматривающее расширение межбанковского рынка и рынка капиталов, в том числе фондового рынка и страхового рынка, рынка лизинговых

---

<sup>1</sup> Global Leasing Report – 2020. <https://pages.whiteclarkgroup.com/> (дата обращения: 02.04.2020 год).

услуг»<sup>2</sup>. Лизинг способствует развитию национальной экономики, в частности стимулируя работу поддержки инновационной политики во всех секторах экономики. Таким образом, принято считать, что лизинг – один из ключевых инструментов поддержки инновационной активности потребителей лизинга, а также является средством адаптации производства к внешней среде, тем самым растягивая жизненный цикл предприятия.

Данное диссертационное исследование в определённой степени послужит решению задач, поставленных в Указе Президента №УП-4947 от 7 февраля 2017 года «О Стратегии действий дальнейшего развития Республики Узбекистан» и №УП-5614 от 8 января 2019 года «О дополнительных мерах по обеспечению дальнейшего развития экономики и повышению эффективности экономической политики», в Постановлении Президента № ПП-4752 от 16 июня 2020 года «О мерах по поддержке сферы услуг», в Постановлении Президента № ПП-4400 от 23 июля 2019 года «О мерах по повышению доступности микрофинансовых услуг», в Постановлении Кабинета Министров Республики Узбекистан №55 от 26 февраля 2016 года «О Программе развития услуг на 2016-2020 годы», Постановлении Министерства финансов Республики Узбекистан № 56 от 25 августа 2011 года «Об утверждении правил внутреннего контроля по противодействию легализации доходов, полученных от преступной деятельности, и финансированию терроризма в организациях, оказывающих лизинговые услуги» и других нормативно-правовых актах в этой области.

**Соответствие исследования приоритетным направлениям развития науки и технологий республики.** Данное исследование выполнено в соответствии с приоритетным направлением развития науки и технологии Республики Узбекистан: «Духовно-нравственное и культурное развитие демократического и правового общества, формирование инновационной экономики».

**Степень изученности проблемы.** Научно-теоретические положения и вопросы методологии маркетинговых подходов изучены в научных трудах

---

<sup>2</sup> Указ Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по обеспечению дальнейшего развития экономики и повышению эффективности экономической политики» от 8 января 2019 года за №УП-5614

зарубежных ученых таких как: Ф.Армстронг, Д.Вонг, Ф.Котлер, К.Лавлок, Н.Малхотра, М.Портер, Г.Сондерс и др. В исследованиях зарубежных ученых, посвященных раскрытию сущности развития на рынке, в частности И.Ансоффа, П.Друкера, Й.Шумпетера и др., заключены их мнения и суждения по данному вопросу<sup>3</sup>.

Среди ученых стран СНГ по направлению развития рынка услуг проводили исследования: М.П.Афанасьев, И.С.Березин, Е.П.Голубков и др. Новая полоса изысканий в области определения роли лизинга в развитии экономики представлены в работах: А.Л.Гапоненко, А.О.Левкович, С.В.Пирогов, И.Ф.Чернявский. Вопросам источника лизинговых услуг, посвящены работы российских ученых: В.Д.Газмана, В.А.Горемыкина, Б.М.Еремихина, М.В.Карпа, Н.М.Коршунова, Л.Н.Прилуцкого, Е.М.Шабалина, А.Т.Юсупова и др<sup>4</sup>.

В научных исследованиях отечественных учёных А.Ш.Бекмурадова, М.А.Икрамов, А.А.Фаттахова, Ш.Ж.Эргашхаджаевой отражены научные и теоретические вопросы развития рынка товаров и услуг с учетом маркетинговых инструментов. В работах Ф.О.Абдуллаева, У.В.Гафурова, Н.Жумаева, Дж.Р.Зайналова, З.Б.Мустафаева, Ш.Мустафакулова рассмотрены процессы развития сфер экономики посредством лизинга. Кроме того, изучение вопросов лизинга и развития лизинговых отношений освещены в работах: Ш.И.Бобохужаева, Д.Г.Гозибекова, В.В.Голышева, С.С.Гулямова, Г.М.Давлятовой, С.С.Исмайловой, О.М.Кулжанова, А.Г.Муминова,

---

<sup>3</sup> Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999. – 413 с.; Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2000. – С.272.; Котлер Ф., Армстронг Ф., Сондерс Г., Вонг Д. «Основы маркетинга». – СПб.: Вильямс, 2008.; Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. – М.: Вильямс, 2005. – 997 с.; Малхотра Н. Маркетинговые исследования. Практик. рук. 3-е изд. Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2002. – 960 с.; Портер М. «Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов». Пер.с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.; Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.

<sup>4</sup> Афанасьев М.П. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. – М.: АО «Финстатипформ», 2015. – 112 с.; Березин И.С. Аналитический подход к разработке маркетинговой стратегии. Маркетинговый анализ и рыночная стратегия. – М., 2017. – 256 с.; Газман В.Д. Лизинг: статистика развития. Уч. пособ. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 591 с.; Гапоненко А.Л., Пирогов С.В., Чернявский И.Ф. Инновационная деятельность: показатели и методы осуществления // Научно-практический журнал «МИР». Июнь-сентябрь, – 2012. – С. 42-46.; Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. – М.: Дело, 2015. – 192 с.; Горемыкин В.А. Антикризисный лизинг // Вопросы региональной экономики. – №2(23). – 2015. – С. 99-111.; Еремихин Б.М., Шабанова Н.Н. Лизинг для предпринимателя. Практик. пособ. – М.: Агроконсалт, 2014 г.; Коршунов Н.М., Карп М.В., Шабалин Е.М. Лизинг: экономические, правовые основы. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 191 с.; Левкович А.О. Формирование рынка лизинговых услуг/А.О. Левкович. – М.: Изд-во деловой и учебной литературы, 2004. – 336 с.; Прилуцкий Л. Виды лизинга и их особенности // Деловой партнер. – №6. – 2005. – С. 13-18.; Юсупова А.Т. Структура рынка лизинговых услуг в России: анализ, характеристики, основные тенденции // Практический анализ. – №3. – 2005. – С. 378-399.

Ф.М.Назаровой, Х.А.Ортикова, О.Ш.Сабилова, Х.А.Тухсонова,  
О.Т.Хазраткулова, Ш.У.Хайдарова, А.Т.Шермухамедова<sup>5</sup>.

Несмотря на проведенные научные исследования, вопросы, связанные с определением перспективы развития рынка лизинговых услуг в рамках использования инструментов маркетинга не были системно изучены. Данные обстоятельства предопределили актуальность и тему исследования.

**Связь темы диссертации с научно-исследовательскими работами высшего образовательного учреждения, где проводятся исследования.** Диссертационное исследование проводилось в рамках практического проекта за №646 «Методы создания агроэкотуристического комплекса» в соответствии с планом научно-исследовательской работы Самаркандского института экономики и сервиса.

**Цель диссертационного исследования** состоит в разработке предложений и рекомендаций по повышению эффективности развития рынка лизинговых услуг.

---

<sup>5</sup> Абдуллаев Ф.О. Иқтисодий ва модернизация қилишда лизинг хизматлари ва сервисини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий омиллари (Хоразм вилояти мисолида). И.ф.н. илм.дараж. олиш учун ёзилган диссерт. автореф. – С.: СамИЭС, 2011. – 26 б.; Бобохужаев Ш. И. Формирование и развитие рынка лизинговых услуг Узбекистана в постнезависимый период // Научный вестник. – 2016. – №. 4. – С. 8-20.; Гафуров У.В. Ўзбекистонда ишбилармонлик мухитини баҳолаш услубиятини такомиллаштириш масалалари // Стратегия действий Республики Узбекистан: макроэкономическая стабильность, инвестиционная активность и перспективы инновационного развития. Сборник научных материалов и статей. <https://journal.tsue.uz/>; Гозибеков Д.Г., Собиров О.Ш., Муминов А.Г., Кулжанов О.М. Лизинг муносабатлари: назарияси ва амалиёти. – Т.: Фан ва технология, 2004. – 308 с.; Гольшев В.В. Лизинг как фактор активизации инвестиционной политики в Республике Узбекистан. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Ф., 2011. – 24 с.; Гулямов С. С., Шермухамедов А. Т. Совершенствование лизинговых услуг в Республике Узбекистан // Молодежь и XXI век-2018. – 2018. – С. 74-76.; Давлятова Г.М. Совершенствование системы лизинговых отношений на предприятиях текстильной промышленности. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т.: Институт экономики АН РУз, 2011. – 26 с.; Жумаев Н., Бикбаева Г. Лизинговые предпочтения // Экономическое обозрение. – №4. – 2007. – С.70-73.; Зайналов Ж.Р., Латипова Ш.М., Гафурова Д.Х. Қишлоқ хўжалигида лизингдан фойдаланишни такомиллаштириш механизми // POLISH SCIENCE JOURNAL (ISSUE 1, 2018) - Warsaw: Sp. z o. o. "iScience". – 2018. – С. 54-60; Икрамов М.А. Формирование спроса как фактор инновационного развития Узбекистана // Экономический рост России: проблемы и стратегические перспективы: Всероссийская научно-практической конференция, 24 мая 2018 года. – Великий Новгород: НГУ им. Ярослава Мудрого, 2019. – С. 38-44; Исмайлова С.С. Ўзбекистон агросаноат мажмуасида лизинг фаолиятини ривожлантиришнинг иқтисодий асослари. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2009. – 21 с.; Мустафакулов Ш. Ўзбекистон республикасида молия бозорини институционал ривожлантириш омиллари // Ўзбекистон молия бозорини ривожлантиришда инвестиция фондларининг жозибадорлигини ошириш. Сборник статей и тезисов. – Ташкент: ТГЭУ, 2020. – Т. 1. – №. 4.; Назарова Ф.М. Ўзбекистон Республикаси лизинг компаниялари фаолиятида маркетингнинг самарадорлиги. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2005. – 22 с.; Сабилов О.Ш. Современное состояние лизинговых отношений в Республике Узбекистан и основные направления их дальнейшего совершенствования. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2001. – 22 с.; Фаттахов А.А. Стратегии маркетинга в оптовой торговле и пути повышения её эффективности. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Т., 2004. – 42 с.; Хазраткулов О.Т. Лизинг муносабатлари ва уларнинг ҳуқуқий тартибга солиш муаммолари. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.ю.н. – Т., 2007. – 21 с.; Хайдаров Ш.У., Ортиков Х.А., Тухсонов Х.А. Лизинг: признание, оценка и учет. – Т.: Норма, 2006. – С. 240.; Эргашхаджаева Ш.Ж. «Инновацион маркетинг». Дарслик. – Т.: ТДИУ, 2014 й.; Bekmurodov F.Sh. va boshqalar. Strategik marketing: O'quv qo'llanma. – Т.: TDIU, 2010.; Mustafaev Z.B. Growing trends of leasing in Uzbekistan // Central Asia Finance. – 2011. – №3. – P. 72-73.

### **Задачи исследования:**

выявить социально-экономические основы формирования лизинга, как экономической категории;

определить экономическое содержание термина «лизинг» и «аренда», дать классификацию лизинговых операций с учетом критериев и разграничения лизинга и аренды;

анализировать критериев бизнес-связей лизингодателей и обобщить маркетинговые подходы формирования их конкурентоспособности;

обобщить маркетинговые исследования рынка лизинговых услуг и механизмы регулирования хозяйственных рисков предпринимательских субъектов;

разработать маркетинговые механизмы повышения эффективности развития инфраструктуры лизингодателей, с учетом формализующих условий и формы участия в инновационной деятельности лизингополучателя и способа предотвращения ущерба лизингодателей;

предложить методику оценки развития инновационной инфраструктуры лизинговой компании по модели инновационной лизинговой услуги;

разработать рекомендации по обеспечению повышения эффективности развития рынка лизинговых услуг.

**Объектом исследования** является лизинговые организации и рынок лизинговых услуг Узбекистана.

**Предметом исследования** выступают лизинговые организации, а также экономические отношения возникающие в процессе моделирования.

**Методы исследования.** В процессе исследования использовались системный подход, методы сравнительного и статистического анализа, а также абстракция, экономический, логический и функциональный анализ.

**Научная новизна исследования** заключается в следующем:

обоснована необходимость установления срока, пропорционально интенсивности изменениям процентных ставок для поддержки увеличения финансовых возможностей лизингополучателей;

разработан и усовершенствован проект инновационной платформы интерактивного цифрового маркетплейса, направленного на формирование маркетинговой информационной системы среди участников рынка лизинговых услуг за счет внедрения факторов модульности и стандартизации;

обоснована на практике АО “O’zagrolizing” оценка рейтинга деятельности лизингодателей в соответствии с долей финансового рынка, национальными стандартами, критериями спроса и качества;

обоснована целесообразность формирования резервов в размере 5-20% согласно договору лизинга, в целях управления риском ликвидности лизингодателей.

**Практические результаты** исследования заключаются в следующем:

даны практические предложения по усовершенствованию системы взаимоотношений маркетинга рынка лизинговых услуг и формирования в ней финансовой грамотности и финансовой доступности;

предложена оценка состояния лизинговых отношений и механизма маркетинга рынка лизинговых услуг;

разработан порядок по определению рейтинга лизингодателей путем использования индикаторов рентабельности при оценке спроса, объема и качества лизинговых услуг;

обоснован механизм организационно-управленческих лизинговых инноваций в качестве предотвращения убытков лизинговых компаний.

**Достоверность результатов исследования.** Достоверность результатов исследования, определяется целесообразностью использованных в работе методологических подходов и методов, применением официальных источников информации, в частности, статистических данных Государственного комитета РУз по статистике, Лизинговой Ассоциацией Узбекистана, а также принятием рекомендаций и предложений автора соответствующими организациями.

**Научная и практическая значимость результатов исследования.** Научная значимость результатов исследования заключается в том, что разработанные в нем механизмы и рекомендации могут быть использованы в

работах научных исследований, посвященных перспективному развитию лизинговых услуг, расширению сфер деятельности лизинговых компаний, созданию инновационных форм и методов оказания услуг.

Практическая значимость результатов исследования заключается в том, что разработанные критерии и методы оценки эффективности развития лизинговых услуг могут быть применены в повышении эффективности развития деятельности лизингодателей с учетом обеспечения поддержки дальнейшего развития рынка лизинговых услуг в Узбекистане и повышению эффективности лизинговой политики.

### **Внедрение результатов исследования:**

предложения по установлению срока, пропорционально интенсивности изменениям процентных ставок для поддержки увеличения финансовых возможностей лизингополучателей было внедрено приказом Лизинговой Ассоциации Узбекистана от 3 января 2019 года за №26 (утверждено приказом №26 от 3 января 2019 года и справкой №1150 от 3 сентября 2020 г. Лизинговой Ассоциации Узбекистана). В результате данного предложения с использованием подходов маркетинговой концепции, ориентированной на потребителя обеспечивающая финансовую доступность и финансовую грамотность было достигнуто положительное влияние на процесс соглашения лизинговых сделок, снизив транзакционные издержки в среднем на 9-10%;

научные предложения разработки и усовершенствования проекта инновационной платформы интерактивного цифрового маркетплейса, направленного на формирование маркетинговой информационной системы среди участников рынка лизинговых услуг за счет внедрения факторов модульности и стандартизации включены в программу Лизинговой Ассоциации Узбекистана по перспективному развитию рынка лизинговых услуг (утверждено приказом №26 от 3 января 2019 года и справкой №1150 от 3 сентября 2020 г. Лизинговой Ассоциации Узбекистана). В результате внедрения данного проекта было достигнуто сокращение затрат на анализ бизнес-партнеров и клиентов, проведение маркетинговых исследований и маркетинговые мероприятия в

среднем на 8%;

предложение оценки рейтинга деятельности лизингодателей в соответствии с долей финансового рынка, национальными стандартами, критериями спроса и качества на практике АО “O’zagrolizing” было внедрено приказом Лизинговой Ассоциации Узбекистана от 3 января 2019 года за №26 (утверждено приказом №26 от 3 января 2019 года и справкой №1150 от 3 сентября 2020 г. Лизинговой Ассоциации Узбекистана). В результате внедрения данного предложения на практике путем активизации механизмов маркетинга конкурентоспособности лизингодателей показатели эффективности маркетинговой деятельности в среднем повысились на 4%;

научные рекомендации по формированию резервов в размере 5-20% согласно договору лизинга, в целях управления риском ликвидности лизингодателей была внедрена на практику деятельности АО “O’zagrolizing” согласно приказу за №26 Лизинговой Ассоциации Узбекистана от 3 января 2019 года (утверждено приказом №26 от 3 января 2019 года и справкой №1150 от 3 сентября 2020 г. Лизинговой Ассоциации Узбекистана). В результате внедрения научного предложения в практику деятельности бизнес-связей АО “O’zagrolizing” Самаркандского областного филиала, являющийся членом Лизинговой Ассоциации Узбекистана, где экономические и временные потери сократились на 4%, экономическая эффективность увеличилась на 7%.

**Апробация результатов исследования.** Результаты данного исследования обсуждались в ходе 2 международных и 4 республиканских научно-практических конференциях.

**Публикации результатов исследования.** По теме диссертации опубликовано всего 14 научных работ, в т.ч., 6 статей в журналах, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией и 2 в зарубежных научных журналах.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений. Объем диссертации составляет 100 страниц.

# ГЛАВА I. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

## § 1.1. Социально-экономические основы формирования лизинга, как экономическая категория.

Противоречие в науке сегодняшней экономики на этапе современного развития до сих пор придерживается убеждению, что лизинг всего лишь процесс выполнения производственных функций главной которой нацелена на особенностях лизинга, как инструмент поддержки технологической поддержки в системе рыночной экономики. К сожалению, не разъясняет и не способствует по его осуществлению, а всего лишь констатирует. Следствием данного убеждения можно принять, что стагнация лизинговых отношений. А также, имеется замыкание в переносе научных результатов инновационных форм и подходов совершенствования лизинговых отношений на практику в последствии чего рынок развивается без поддержки экономической науки.

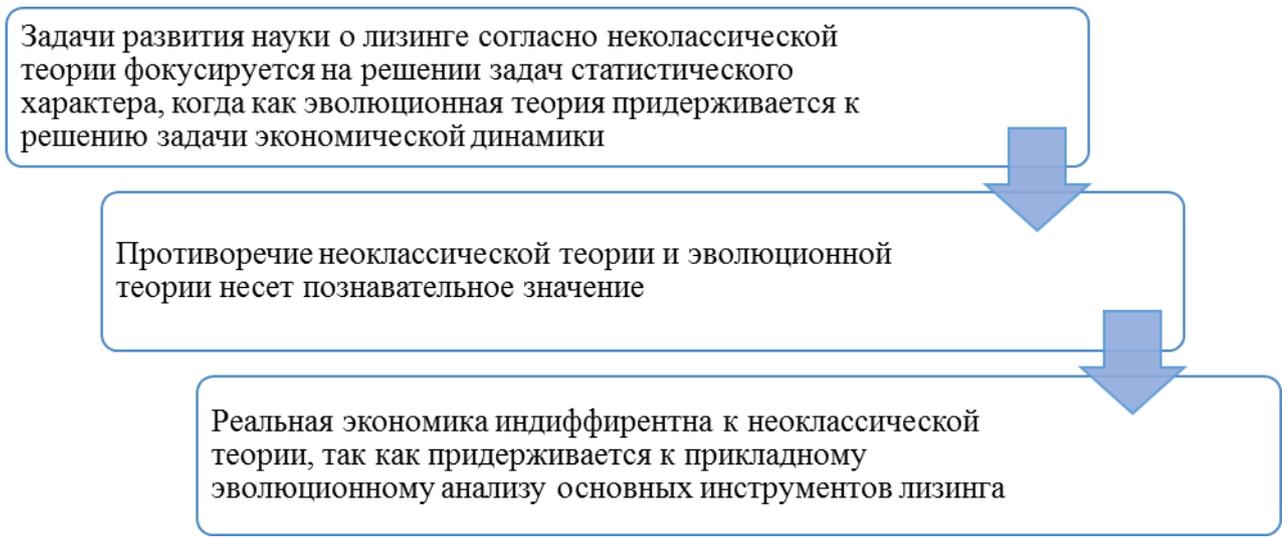
Все это в той или иной степени способствует рассмотреть развитие лизинга и лизинговых отношений как необратимый процесс результативности или продуктивности производства, за счет периодически даже смены инновационного оборудования и т.п., тем самым экономическая теория адекватно воспринимает особенности лизинга в условиях трансформации экономики<sup>6</sup>.

В целях выяснения подходов экономической теории можно сопоставить особенности лизинговых отношений с выделением технического прогресса (приложение 1).

Тем самым утверждается необходимость в потребности специального анализа в последствии чего нами было выделено следующие основные замечания (рис. 1.1).

---

<sup>6</sup> Happer T., Scapens R., Northcott D. Issues in Management accounting. – М.: Prentice Hall, 2007. – 468 p.



**Рисунок 1.1. Выводы сравнительного анализа экономических теорий в результате определения науки о лизинге<sup>7</sup>.**

Безусловно, рассматриваемая нами проблема связана прежде всего с развитием лизинговых услуг (далее ЛУ). Отсюда следует, что нам надо в первую очередь уяснить, что представляет собой лизинг, какова его социально-экономическая природа и что должно быть положено в основу определения науки о лизинге и ЛУ. Здесь важно подчеркнуть, что речь идет науке о лизинге в условиях качественной новых, нетрадиционных лизинговых отношений, когда предприятия-получатели от имени предприятия (юридического лица) берут у субъектодателя имущество (оборудование, машины, технику, технологии и т.п.) в лизинг, а в отдельных случаях, в лизинг всего имущества, тем самым, оставаясь в составе данного предприятия.

Отсюда вывод, что лизинг как экономическая категория прочно сплетен с жизнедеятельностью предприятия, и от него, при прочих равных условиях, зависит как благополучие отдельных предприятий, граждан, так и страны в целом. Поэтому без выяснения социально-экономической природы лизинга в системе лизинговых отношений современные лизинговые отношения претерпели со времени их становления (с 1991 года) до настоящего времени многочисленные изменения, вызванные эволюционным продвижением республики к рыночному хозяйствованию. В то же время лизинговым

<sup>7</sup> Составлено автором по результатам исследований научных работ ученых сферы лизинговых услуг

отношениям присуще развитие, обусловленное сугубо отечественной спецификой хозяйствования. Эти особенности оказывают далеко не негативное влияние на качественные и количественные параметры воспроизводственного процесса. Объективная необходимость развития лизинга возникает с развитием жизнедеятельности предприятий. В условиях рыночной экономики развитие лизинга ограничено рамками лизингополучателей, ибо оно осуществляется в пределах лизинговых отношений предприятий и в их интересах.

В развитии лизинговых отношений особое место уделяется лизингу выполняющие функции адекватные таким категориям, как: «финансы», «кредит», «страхование», «инвестиции», «маркетинг», «менеджмент» и «инновация» подчиняющиеся и классическим принципам.

Столь широкое применение понятия «лизинг» предполагает необходимость четкого определения его как экономической категории. За последние годы в этом направлении немало уже сделано<sup>8</sup>. Но, несмотря на это, следует отметить, что в экономической литературе до сих пор отсутствует должное единство взглядов по данному вопросу. По нашему мнению, это в значительной мере объясняется тем, что методологические аспекты сложной и многогранной категории исследованы недостаточно. Справедливости ради следует отметить, что наука о лизинге рассматривает методологию лизинговой системы операций, когда как сегодняшняя актуальность описывает необходимость развития рынка лизинговых услуг и его инфраструктуры. Нет должной ясности относительно применяемых здесь понятий и терминов. Содержание многих из них трактуется неодинаково. Так, совершенно необоснованно противопоставляются понятия «лизинг», «развитие лизинга», «лизинговые отношения», «аренда», «лизинговые услуги» и т.п. Подчеркивая различную роль лизинга Ричард Брейди и Стюарт Майерс и другие экономисты рассматривают лизинг как договор об аренде<sup>9</sup>.

---

<sup>8</sup> Лизинг муносабатлари: назарияси ва амалиети/Гозибеков Д.Г., Собиров О.Ш., Муминов А.Г., Кулжанов О.М. – Т.: Фан ва технология, 2004. – 308 с.; Хайдаров Ш.У., Ортиков Х.А., Тухсонов Х.А. Лизинг: признание, оценка и учет. – Т.: Норма, 2006. – 240 с.

<sup>9</sup> Brealey, R.A., Myers, S.C., Allen, F., & Mohanty, P. (2012). Principles of corporate finance. Tata McGraw-Hill Education. – 969 p.; Жуков Е.Ф. Деньги. Кредит. Банки: Учебник для вузов – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2015. – 703 с.

По мнению вышеуказанных авторов, наша система договоров представляет отношения между субъектами – лизингодателями (далее ЛД) и лизингополучателями (далее ЛП), между ними и объектом управления. К сожалению, авторы не раскрыли должным образом принцип разграничения между ЛД и ЛП. Видимо, это сделать нелегко. Ведь если мы откроем справочную литературу, то увидим, что понятие «лизинг» используется применительно не только к процессам, но и к людям. Д.Г.Гозибеков и другие в природе лизинга видят возрождение опциона, появление и развитие получения долга и долговых отношений<sup>10</sup>. Что же касается экономических законов, то тут ни слова «лизинг», ни слова «о лизинговых отношениях», «аренде» и «лизинговых услуг». Действуют законы объективно, их нужно познавать и использовать в целях обеспечения развития лизинговых отношений.

Если мы познакомимся с определениями понятий «лизинг» и «аренда» в словарях и энциклопедиях, то увидим, что они не противопоставляются, а взаимозаменяются. И это, видимо, правильно.

Отсюда, касаясь лизинга, следует отметить, что значение и исследование термина «лизинг» имеет существенное отличие от термина «аренда», особенно оно отразилось в природе взаимоотношений субъектов рынка лизинговых услуг. Существует и неоднозначность взглядов на его роль в системе экономических взаимоотношений субъектов рынка. Часто в экономической литературе лизинг отождествляется с кредитом<sup>11</sup>, термины «лизинг» и «аренда» используются как синонимы<sup>12</sup>. Такое понимание встречается и в нормативных материалах, экономических энциклопедиях, научных статьях. Все это свидетельствует о наличии барьеров в понимании содержания лизинга, как автономной стоимостной экономической категории, что дает основание теоретически

---

<sup>10</sup> Лизинг муносабатлари: назарияси ва амалиёти. Гозибеков Д.Г., Собиров О.Ш., Муминов А.Г., Кулжанов О.М. – Т.: Фан ва технология, 2004. – 308 с.; Кабатова Е.В. Лизинг: понятие, правовое регулирование, международная унификация. – М.: Инфра-М., 1991. – 204 с.

<sup>11</sup> Носиров Э.И. Основы лизинга: учебное пособие. – Т.: Тасвир, 2008. С. 13; Лещенко М.И. Основы лизинга. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 336 с.

<sup>12</sup> Абдуллаев Ф. Организационно-экономические факторы развития лизинговых услуг и сервиса в модернизации экономики (на примере Хорезмской области). (дисс.на узб.языке): автореф. на соиск. уч. ст. к.э.н. – С.: СамИЭС, 2011. – 25 с.; Федеральный закон РФ от 29.10.1998 г. №164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (с изменениями от 16.10.2017 г.). <http://pravo.gov.ru/> - официальный интернет-портал правовой информации РФ; Адамов Н.А., Тилов А.А. Лизинг. 2-е изд., исправленное и дополненное. – СПб: Питер, 2007. – 11 с.

обосновать лизинг и дать авторское понимание этой важной и экономически значимой категории – лизинга. Справедливости ради следует отметить, что терминологическая характеристика лизинга, а также использование его на практике нашли отражение во многих зарубежных источниках, а также в работах экономистов стран СНГ, в том числе в отечественной литературе<sup>13</sup>. Следует отметить, что при этом ряд специалистов исследовавшие экономические и организационные аспекты лизинга, как экономической категории отождествляют его не краткосрочной, а долгосрочной арендой. Тем самым, они считают, что лизинг – это только одна из форм долгосрочной аренды, или отождествляют лизинговые отношения с наемными или подрядными отношениями. В литературе лизинговую схему иногда рассматривают как «безденежную форму кредита» или способ кредитования предпринимательской деятельности<sup>14</sup>. В ряде случаев лизинг трактуют как «скрытую форму купли- продажи средств производства», «форму управления чужим имуществом по поручению доверителя», «право пользования имуществом у его собственника»<sup>15</sup>, «форму имущественных отношений»<sup>16</sup>, лизинг один из видов аренды, в котором по окончании полного погашения арендных платежей предмет аренды становится собственным имуществом арендатора<sup>17</sup>, как вида инвестиционной деятельности<sup>18</sup> и др. Существует мнение, что преимущества использования лизинга ограничиваются лишь налоговыми выгодами, а лизинг представляет собой схему минимизации

---

<sup>13</sup> Емелягина М.О. Экономическая сущность лизинга // В мире науки и инновации. Сб. науч. ст. по итогам межд. форума. – Казань: АЭТЕРНА, 2017. С. 105-106; Квятковский А.В. История развития и возникновения лизинга//Наука и инновации – современные концепции. Сб. ст. межд. науч. пр. конф. – М.: ИНФИНИТИ, 2019. С. 26-30; Газман В.Д. Финансовый лизинг: учебное пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 384 с.; Газман В.Д. Лизинг: статистика развития. Учебное пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 591 с.; Юнусова Л.Д. Применение финансовых инструментов в инновационных лизинговых отношениях//Известия СПб ГЭУ, 2020. - №3 (123). – С. 185-188.; Аюпов А.А. Инновационные финансовые продукты, как механизм хеджирования рисков на рынке лизинговых услуг//Российское предпринимательство, 2007. - №12. – С. 156-160.

<sup>14</sup> Экономическая теория / Под ред. А.И.Добрынина, Л.С.Тарасевича: Учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 560 с.; Сабилов О., Максытова Б. Лизинг в сельском хозяйстве Республики Кыргызстан // Рынок, деньги и кредит. 2008. – № 5. – 24 с.

<sup>15</sup> Шпиттлер Х.И. Практический лизинг. Пер.с немецкого. Общ.редак. Б.Г. Дякина. – М.: ROSBI, 1991. – 164 с.; Осипов Ю.М. Основы предпринимательского дела. – М.: Гуманитарное знание, 1992. – 223 с.

<sup>16</sup> Лещенко М.И. Основы лизинга: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 336с.

<sup>17</sup> Эркаев Б., Каримова Г. Рыночная экономика. – Т.: Шарк, 1997. – 91 с.

<sup>18</sup> Адамов Н.А., Тилов А.А. Лизинг. 2-е изд., испр. и допол. – СПб.: Питер, 2007. – 11 с.

налогообложения<sup>19</sup>, или как инвестирование собственных или привлеченных финансовых средств<sup>20</sup>.

Кроме того, в экономической литературе, можно встретить термины, как «чистый лизинг», «мокрый лизинг», «прямой лизинг», «косвенный лизинг», «серый лизинг» и даже «бесплатный лизинг»<sup>21</sup>. Подобное сужение содержания понятия лизинга неправомерно ни с теоретических, ни с практических позиций. Оно не только разрывает, но и противопоставляет элементы лизинговых и арендных отношений. Тем самым существенно усложняется само понятие лизинга. Такой подход не оправдан и методологически. Однако этот факт отражает лишь специфику использования лизинга, но отнюдь не изменяет его функционального назначения в системе лизинговых отношений и в процессе воспроизводства. Очевидно, что суть дела не меняется от того, присваиваются ли лизингу синонимы.

Поэтому, на наш взгляд, заслуживает внимания попытка Г.Гозибекова и других экономистов привести понятийно-категориальный аппарат науки о лизинге в определенную систему. Создание такой системы, справедливо отмечают они, позволит устранить односторонний подход к отдельным процессам, аспектам лизинговых отношений, противоречивость в суждениях, обеспечит координацию и согласованность их, придаст логическую выдержанность всей структуре научного знания, однородность всем категориям науки и лизинге в целом, в частности, ЛУ.

В процессе анализа данной проблемы многие исследователи считают необходимым различать понятие лизинга в широком и узком смысле слов.

Совершенствование системы лизинговых отношений – один из узловых вопросов финансово-экономической и маркетинговой политики на современном этапе развития страны. Здесь главной задачей лизинга является организация

---

<sup>19</sup> Хашимова А.Т. Организация и проблемы учета лизинговой деятельности (на примере лизинговой компании «Узавтосаноат-Лизинг»). автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т.: БФА, 2011. – 22 с.

<sup>20</sup> Там же, С. 35

<sup>21</sup> Кирилловых А.А. Правовые основы лизинга: Учеб.практ.пособие / А.А.Кирилловых. – М.: Юстиции-форм, 2009. – С. 24-26.

деятельности хозяйствующих субъектов имеющие общие интересы развития, т.е. сотни тысяч предприятий, трудящихся вокруг главных целей лизинговой политики.

Итак, понятие «лизинг» как экономическая категория, в широком смысле слов означает, следовательно, планомерную организацию производства при помощи имущества, полученного на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и в использование.

Содержание понятия «лизинг» в узком смысле слова, на наш взгляд, может быть ограничено специфическими вопросами организации процесса договора о лизинге. Здесь речь может идти о наиболее рациональной организационной системе управления рынком лизинговых услуг с учетом повышения эффективности на основе научных и практических достижений, а также об определении путей в соответствии с тенденциями рынка, например, в условиях цифровизации.

В связи с трактовкой понятия «управление лизинга» в широком и узком смысле слова возникает вопрос о предмете науки управления лизинга. Необходимость самостоятельной науки управления лизинга ныне является общепризнанной. Что же касается предмета этой науки, то точки зрения ученых заметно расходятся. Некоторые из них полагают, что эта наука должна изучать круг вопросов, входящих в понятие лизинговые операции в широком смысле слова.

В отдельных исследованиях рассматриваются.

Справедливости ради следует отметить, что, критикуя предлагаемые в литературе определения лизинга отдельные экономисты упрекают своих оппонентов в попытке охватить и в известном смысле механически объединить проблемы лизинга и аренды и тем самым создать некую финансово-экономическую науку. Касаясь этого М. Каланов и А. Кадиров делают следующее определение лизинга, т.е. «лизинг представляет собой вид арендных отношений, при которых одна сторона (ЛД) по поручению другой стороны (ЛП) приобретает у третьей стороны (продавца) в собственность обусловленное договором лизинга имущество (предмет лизинга) и предоставляет его ЛП за

плату на определенных таким договором условиях во владение и пользование на срок, превышающий 1 год»<sup>22</sup>. При таком подходе на наш взгляд получилась бы необъятная наука наук, которая занимается всем, начиная от руководства социальными преобразованиями и кончая созданием научно обоснованной системы лизинговых отношений. Ибо предлагаемое ими определение лизинга имеет большой операционный характер, чем чисто научно методологический, ибо авторы через это определение не выявляют новые закономерности в процессах лизинговых отношений, истинную природу лизинга. В сфере ее внимания те закономерности, которые выявляются и изучаются науками о праве, чем науки о финансах, маркетинга, менеджмента и другие науки.

Выступая против экономистов, считающих, что предметом науки о лизинге должно быть изучение методов обновления материальной базы или основных фондов, на наш взгляд, такие границы для науки о лизинге слишком тесны. С одной стороны, в лизинге нуждается не только производство, но и другие области общественной жизни, социально- культурное и административно-политическое строительство, а с другой – требования оптимального регулирования, которые вырабатывает наука управления лизингом, и маркетинговые исследования ЛУ должна иметь универсальный характер, общий для всех отраслей экономики.

Характеризуя задачи науки о лизинге, мы полагаем, что научность понятия лизинга обеспечивается учетом требований всех финансово-экономических наук – от финансово и экономики до права. Однако усложнение сферы использования, ее дальнейшее обособление от других областей деятельности, несовпадение всего круга ее проблем с предметом той или иной науки, противоречивость подхода представителей разных наук к этим проблемам – все это убеждает в необходимости создания особой науки о лизинге. Такая наука, по нашему мнению, должна носить комплексный характер, ее предмет – синтез всех функций лизинга.

---

<sup>22</sup> Каланов М., Кадилов А. Перспективы развития лизинговых отношений // Рынок, деньги и кредит. – 2004. - № 7- 8, июль-август. – С. 29.

Усиление внимания к проблемам лизинга нельзя понимать в том смысле, что наука о лизинге должна изучать все и вся. Каждая наука со своих позиций должна усилить внимание к проблемам лизинга и вооружать лизинг своими выводами и рекомендациями.

В нашем понимании предметом науки о лизинге выступают содержание лизинга, тем самым научная основа формируется посредством работы системы экономических наук, возглавляемая экономической теорией.

Наука о лизинге в более узком смысле слова, по нашему мнению, должна быть особым разделом экономической науки. Причиной тому является взаимосвязь всех звеньев участников экономических отношений на пути достижения поставленной цели и удовлетворения потребностей формирующее рыночными отношениями. Важным разделом науки лизинга должно стать эффективное применение системы регулирования лизинга, основанной на современных системах хозяйствования.

Безусловно, правильный подход к определению понятия лизинга приведет более прозрачно раскрыть социально-экономическую природу лизинга.

Итак, предметом науки о лизинге являются экономические отношения. Вместе с тем, эта наука отличается от других наук спецификой функционирования.

Лизинг – это стоимостная категория, выражает отношения между людьми, связанные с перераспределением части стоимости ВВП. Следовательно, лизинг представляет собой часть распределения стоимости, сущность и природа лизинговых отношений всегда экономическая. От того, когда, на какие цели и в какой форме направляются ресурсы через лизинг, сущность его как экономических (стоимостных) отношений не меняется. Поэтому лизинг как оболочка категории финансов, маркетинга, менеджмента и кредита и есть экономическая категория и никакая другая.

Как уже было отмечено, предметом всех экономических наук являются экономические отношения, т.е. реальный базис общества. Это дает право для выделения науки о лизинге.

Лизинг – это особая сфера человеческой деятельности, как только лизинг в виде имущества обособляется от производства в собственном смысле этого слова, он следует своему собственному движению, над которым в общем и целом главенствует движение производства, но которое в отдельных частностях и внутри этой общей зависимости следует опять-таки по своим свободным законам, присущим природе этого нового фактора. Ибо лишь факторы экономического и социального характера дают основания для выделения той или иной отраслевой экономической науки в качестве относительно самостоятельной. Причем базируется эта наука, естественно, на основе общих рыночных закономерностей, сформулированных в экономической теории. То же самое относится к науке о лизинге. Характер науки о лизинге заключается в том, что его существование обусловлено не фактом существования какой-либо отрасли хозяйства, а совокупной потребностью воспроизводства, необходимостью перераспределения в отраслевом и территориальном масштабе части добавочной стоимости.

Опираясь на природу лизинга и закономерности лизинговых отношений можно выделить следующее: лизинговые отношения, непосредственно порождаются государством и по мере расширения функции государства, особенно экономических, лизинг будет играть все возрастающую роль.

Лизинг выражает процессы формирования и использования фондов денежных средств. Причем степень развития инновационных лизинговых отношений в различных фондах может быть неодинакова. Так, бюджетные средства могут выражать лизинг в системе финансово-кредитных отношений, ибо лизинг имеет финансовую форму при формировании его за счет фондов денежных средств и средств банковского кредита.

В нашем понимании инновационным характером и главным условием возникновения лизинга и его развития должна ассоциироваться с достаточно высоким уровнем развития в рамках не только рыночно распределительных отношений, но и в аспекте общей совокупности лизинговых отношений.

Организационная деятельность государства, связанная с практическим использованием лизинга, обособляется в финансово-экономическую политику и должна играть важную составную часть экономической политики государства. Эту политику должны проводить специально уполномоченные государством органы управления.

Все эти характерные черты лизинга способствуют определить его, как особенную науку о лизинге, в котором можно выделить стороны, входящие далеко за пределы исследования арендных отношений. Поэтому лизинг, как относительно самостоятельную экономическую категорию ассоциируется так же с реальными условиями использования других финансово-экономических категорий, как кредит, маркетинг и менеджмент в общественном процессе, изучающую сущность, формы проявления, закономерности, роль в воспроизводстве. Следовательно, лизингу свойственны все критерии, положенные в основу дифференциации наук: оно базируется на экономической теории, в котором четко выражены специфические стороны потребления и индивидуальные закономерности, тем самым представляется, как инфраструктур.

Итак, исследование теоретических и методологических основ лизинга как закономерно развивающейся экономической науки в совокупной системе проводимых мероприятий в посткризисный период, подводит нас вплотную к рассмотрению лизинга как одного из важнейших критериев эффективности и определяющего источника роста доходов предприятий и государственного бюджета. Именно на основе использования лизинга как источника средств для производства и повышения благ и строятся финансово-экономические методы стимулирования. Это обязывает, прежде чем перейти к исследованию сущности воздействия этих методов на возрастание эффективности производства, рассмотреть теоретические и практические проблемы лизинга, возникшие в ходе реализации антикризисной программы.

Как известно, более широкое применение лизинга в практике способствовало повышению внимания отечественных и зарубежных

экономистов к исследованию проблемы места этой экономической категории в системе инвестирования рыночного хозяйствования и в развитие бизнеса<sup>23</sup>. В годы осуществления реформы вышли ряд работ, по-новому освещающих место лизинга в экономике. Кроме того, обсуждению этой проблемы было отведено заметное место в многочисленных статьях практических и научных работников, опубликованных в различных журналах<sup>24</sup>.

Все это способствовало углублению исследований проблем лизинга. Но нельзя не отметить, что во многих работах проявился различный подход к пониманию социально-экономической сущности лизинга и его природы. В ряде из них выявилось гипертрофированное понимание роли лизинга, не соответствующее действительному месту этой самостоятельной категории в проводимой антикризисной политике<sup>25</sup>. В других работах, наоборот, недооценивается роль лизинга в деятельности предприятий в техническом совершенствовании и модернизации предприятий<sup>26</sup>. Все это обуславливает необходимость дальнейшего изучения проблем лизинга на основе практики ее использования с применением лизинговых методов стимулирования модернизации экономики.

Следовательно, необходимо продолжить использование лизинга. Это приобретает особую актуальность в связи с реализацией мер, вытекающих из государственной программы.

---

<sup>23</sup>Ли С. Разработка инновационно-ориентированной методики операционной формы лизинга: автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. - Иркутск, 2012. - 19 с.; Назарова Ф.М. Ўзбекистон Республикаси лизинг компаниялари фаолиятида маркетингнинг самарадорлиги. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2004. – 22 с.; Токарева Е.В. Развитие учетно-информационного обеспечения лизинга биологических активов: автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. - Волгоград, 2019. - 24 с.; Хакимов Ш. Как сделать лизинг дешевле//Управление предприятием. №10, 2019. <https://e.management.mcfr.uz/765127?from=id2>; Хамраева Д. Микролизинговые услуги «Микрокредит банк» // Рынок, деньги и кредит. – 2010. – № 1. – С. 53-55.; Яковлев И. Лизинг нематериальных активов: зарубежная практика и возможности ее применения в отечественных условиях// Управление предприятием. №5, 2018. <https://e.management.mcfr.uz/643872>.

<sup>24</sup> Zafar V. Mustafaev «Prospects for Further Development of Leasing Market in Uzbekistan»//World Finance Review, March 2014. P. 47-48.; Анализ деятельности банков на рынке лизинговых услуг Узбекистана// Бизнес-вестник Востока, - 14 апреля 2009.; Гитман Л.Дж., Джонк М. Основы инвестирования. Пер.с англ. – М.: Дело, 1997. – С. 1008.; Горемыкин В.А., Лизинг. – М.: Корпорация «Дошков и Ко», 2003. – С. 444.

<sup>25</sup> Амосов А.Н. Экономическая теория. – М.: ЭКСМО, 2011. – 736 с.; Левкович А.О. Формирование лизинговых услуг. – М.: Изд-во деловой и учебной литературы, 2008. – 336 с.; Сутягин А.В. Аренда и лизинг. – М.: Изд. ГРОСС МЕДИА, 2011. – 200 с.

<sup>26</sup> Кабатова Е.В. Лизинг: понятие, правовое регулирование, практика. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1998. – 119 с.; Карп М.В., Шабалин С.М. Лизинг: экономические и правовые основы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 191 с.; Прилуцкий Л.Н. Лизинг. Правовые основы лизинговой деятельности в РФ. – М.: Ось-89, 1997. –128 с.

Поэтому мы в данной главе исследования сочли необходимым остановиться на рассмотрении трех теоретических и практических вопросов функционирования лизинга. Во-первых, на основе обобщения и анализа использования лизинга, что предусматривает продолжить разработку положений о сущности и роли лизинга в модернизации экономики. В связи с этим в финансово-экономическом аспекте лизинговых отношений раскрывается социально-экономическое значение лизинга при более широком использовании маркетингового исследования ЛУ. Это достигается путем теоретического анализа термина «лизинг», «аренда», и «лизинговые услуги», элементов стоимостного деления добавочного продукта и особенностей их проявления в превращенной форме в процессе хозяйствования.

Исследование сущности лизинга неразрывно связано с выполняемой ею ролью в функционировании рыночного метода хозяйствования и осуществлении распределительных отношений. Поэтому проблема сущности и места лизинга нами рассматривается как единая.

В неотъемлемом единстве они обеспечивают удовлетворение общественных, коллективных и личных интересов. Принципиальным в таком подходе является определение лизинга.

Такой подход к лизингу обусловлена также и тем, что она позволяет в еще большей мере исследовать теоретические и методологические основы использования лизинга как синтезирующего показателя модернизации производства, повышения его эффективности. Одновременно анализ сущности лизинга показывает несостоятельность высказываний экономистов о позаимствовании этой стоимостной категории из арсенала арендного инструментария хозяйствования, различное содержание лизинга, присущее им и место в рыночном механизме.

Рассмотрение лизинга как превращенной формы добавочной стоимости или как части прибыли не является новым. Эти концепции с различной аргументацией обосновывались в работах ряда авторов<sup>27</sup>. При этом

---

<sup>27</sup> Адамов Н.А., Тилов А.А. Лизинг. 2-е изд. исправ. и дополненное. – Санкт-Петербург.: Питер, 2007. – 160 с.

постулированный характер первой концепции в течение длительного времени был очевиден. Для последних лет и особенно периода после начала реформы типично, что все больше экономистов стало приходить к убеждению, что границы лизинга не определяются лишь добавочной стоимостью или прибылью, но включают в себя часть ранее сформированного имущества и предоставление льгот, создаваемых из чистого дохода (прибыли).

Широкое применение в практике рыночной реформы методов стимулирования экономики на основе использования лизинга, с точки зрения сторонников первой концепции, дало им дополнительный материал для ее аргументации. Рассмотрим, например, трактовку лизинга как стоимостной категории в совместной работе Н.Адамова и А.Тилова<sup>28</sup>.

В указанной работе на основе изучения исследований многих экономистов проведено довольно четкое обобщение основных принципиальных положений, связанных как с лизингом и арендой. Однако, они не делают попытку критически подойти к сущности расширенной концепции проявления лизингового финансового продукта, а с другой, финансового инструмента; наконец, что очень важно, концепция однофакторного проявления финансового продукта (в форме арендной платы) и финансового продукта (в форме прибыли) не обосновывается с позиций действия нового рыночного механизма.

В общем плане развитие сущности концепции суженного проявления стоимости финансового продукта<sup>29</sup> раскрывается на наш взгляд в следующем, в частности, получения вознаграждения в результате предоставления собственником имущества на определенный срок, тем самым возвращая его обратно. Поэтому нельзя, на наш взгляд, согласиться с теми экономистами, которые, рассматривая категорию лизинг, пытаются обнаружить в ней элементы кредита и принципы кредитных отношений.

Мы полностью согласны с критикой авторами концепций тех экономистов, которые считают, что финансовый продукт определяется на основе конечного

---

<sup>28</sup> Адамов Н.А., Тилов А.А. Лизинг. 2-е изд. исправ. и дополненное. – Санкт-Петербург.: Питер, 2007. – 160 с.

<sup>29</sup> Философова Т.Г. Лизинг: Учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Экономика и управление». 3-е изд. перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 38 с.

распределения национального дохода. Действительно, при такой постановке вопроса происходит подмена категорий производства воспроизводственными распределительными категориями. На наш взгляд, сторонники расширенного толкования понятия лизинга как кредит и финансовый продукт, по-разному определяют границы продукта: в одних случаях в них включается часть принципов кредитования<sup>30</sup>, в других - эти черты лизинга не учитываются, ибо «суть лизинга заключается в инвестировании ЛД временно свободных собственных и/или привлеченных финансовых средств в экономику ЛП»<sup>31</sup>. И все же это не дает оснований считать концепцию расширенного толкования лизинга как части добавочной стоимости и распространение его границ на прибыль экономически неоправданной.

Необходимо отметить, что сторонники концепции суженных границ добавочной стоимости при рассмотрении лизинга лишь как формы проявления финансового продукта за теоретическую основу часто берут имущества и передача его согласно договора на временное пользование.

В данном случае оно применяется изолированно от контекста его учения о добавочной стоимости и ее превращенной форме – лизинг. При этом не учитывается допускаемая в отдельных случаях абстракция как ступень к научному познанию сущности лизинга как экономической категории. Вот почему необходимо несколько подробнее остановиться хотя бы на основных положениях этого учения.

В добавочной стоимости лизинг вначале берется в своей внешней форме как простое приращение авансированной стоимости, что видно из формулы Д'-О-Л...ЛД'. В общей форме математического построения эта формула применима не только в практике рыночного хозяйствования. Из нее нельзя сделать вывода о сущности производственных отношений, продуктом которых является лизинг, и раскрыть ее социально-экономическое содержание. Но в то же время приведенная формула отражает и характер движения первоначально

---

<sup>30</sup> Философова Т.Г. Лизинг: Учеб. пособие для студентов, обучающихся по специальности «Экономика и управление». 3-е изд. перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 38 с.

<sup>31</sup> Носиров Э.И. Основы лизинга: Учебное пособие для учащихся ССУ и ПК экон.профиля / Э.И.Носиров, Д.Ю.Хужамкулов, Б.С.Маматов. МВ и ССО РУз. – Т.: Тасвир, 2008. – 11 с.

использованной в обороте массы стоимости, т.е. эффективность лизинга, его циклического оборота (ЛД'). В такой общей внешней форме лизинг выступает как результат движения всего капитала. И этим раскрывается непосредственный источник его роста. Вот почему необходимо четкое понимание общих положений и связей между добавочной стоимостью и лизингом.

Итак, добавочная стоимость и прибыль, как отмечалось выше, частично имеют форму лизинга. Однако, делая такой вывод, следует отметить, что прибыль есть то же самое, что и добавочная стоимость, но только в мистифицированной форме. Наличие мистифицированной формы прибыли свидетельствует о том, что добавочная стоимость имеет форму лизинга, тем не менее, это не равные величины в сопоставлении с лизингом. Оно исходно в понимании масштабов соизмеримости добавочной стоимости с лизингом.

Все вышеизложенное показывает, что сущность экономических категорий может быть правильно раскрыта лишь в связи с этими воспроизводственными процессами, протекающими в условиях действия совокупности экономических законов.

Лизинговые методы экономического стимулирования и модернизации экономики должно строиться на использовании распределительных и перераспределительных отношений. В практике эти методы способствуют окончательному формированию фондов материального производства. Одновременно с помощью финансовых методов стимулирования обеспечивается окончательное формирование лизинговых отношений, поскольку часть прибыли (в части источника средств для расширения производства) направляется для укрепления лизинговых отношений и здесь значительная роль принадлежит и налоговым льготам, имеющим прямое отношение к использованию лизинга.

Все изложенное позволяет сделать выводы о том, что лизинг выступает как сложная экономическая стоимостная категория, превращенная форма добавочной стоимости и части прибыли. Движение прибыли на основе ее возрастания, распределения и перераспределения происходит в интересах

лизинговых отношений. Дальнейшее развитие лизинга как превращенной формы добавочной стоимости и части прибыли – явление закономерное для рыночной экономики, новое и одно из важнейших требований обеспечения создания условий для модернизации экономики.

Государство, будучи организатором и участником производства и отношений распределения, непосредственно воздействует на формирование ресурсов для развития лизинговых отношений, исходя из достигнутого уровня развития экономики и цели производства. Для этого оно осуществляет регулирование составных элементов лизинга.

Устанавливая натуральные и стоимостные объемы лизинга, государство определяет также массу стоимости, непосредственно направляемой на лизинг. Поэтому уровень цен на изготавливаемые оборудование, товары, нормы расходования материальных и трудовых ресурсов в производстве, размеры начислений по социальному страхованию рабочих и служащих предприятий, размеры отчислений на производственное накопление предприятий, ставки налога, проценты за кредит и т.д. выступают как первичные элементы, в которых отражается стоимость имущества, передаваемого в лизинг.

Воздействие государства на границы лизинга характеризуют особую социально-экономическую сущность этих элементов стоимости и их воспроизводственных форм, показывает их роль и место в функционировании производства.

Особый характер лизинга – это регулирование государством элементов его развития, выдвигает прибыль в число определяющих результативных стоимостных показателей, которые характеризуют эффективность ведения производства, освоения капитальных вложений и внедрения новой техники. Благодаря этим особенностям лизинг может использоваться как объект стимулирования и модернизации экономики. Она становится основой организации финансовых механизмов стимулирования повышения эффективности производства.

## **§ 1.2. Теоретические аспекты определяющую объективную необходимость критерии разграничения лизинга и аренды.**

Как было отмечено, исходным пунктом в теоретической и практической разработке всей совокупности проблем, связанных с лизингом, лизинговыми отношениями и ЛУ, является теоретическое определение объективную необходимость критерии разграничение лизинга и аренды. Такой подход диктуется, прежде всего, внутренней природой самого исследования термина «лизинг» и «аренда».

Кроме того, такой подход к исследованию обусловлено, во-первых, с разграничением сферы применения лизинга и аренды - как основа разграничения источников формирования отдельных видов лизинга и аренды и всей системы распределительного механизма. Главное в разделении лизинга и аренды есть разделение источников их формирования. От этого разделения, берет начало весь последующий ход движения лизинга и аренды вплоть до конечного их использования при помощи ЛУ на условиях возвратности или на постоянное пользование. Во-вторых, с отражением движения части национального дохода, ибо все формы лизинга и аренды, которые формируются на стадии распределения дохода, являются не чем иным, как отражением этого движения. Это значит, что содержание и количественная определенность вышеуказанных во многом определяют экономическую природу адекватных им форм денежных средств и тем самым предопределяют источники их образования. Лизинг и аренда прежде всего имеют свои объекты, и они за исключением отдельных предметов имеют однородные предметы, выражающиеся в имуществе в широком смысле слов. И они имеют однородные источники формирования, т.е.:

- бюджетные ресурсы;
- ресурсы кредитных учреждений;
- собственные ресурсы хозяйствующих субъектов (внешние и внутренние);
- средства сбережения населения;
- благотворительные поступления.

Однако истинным источником этих ресурсов является часть добавочной стоимости и прибыли, остающаяся в распоряжении ЛП и арендополучателей.

Все эти источники, прежде всего, категории производства, которые получают свое дальнейшее развитие в сфере распределения и, наконец, этот критерий по своей сущности должен иметь всеобщее значение и быть применим для разграничения лизинга и аренды.

Итак, главным определяющим объективную необходимость особенности критерии разграничения лизинга и аренды обусловлено с источниками формирования с учетом их различное функциональное назначение в процессе воспроизводства. Одна часть продукта всегда и при всех условиях предназначена для поддержания и воспроизводства жизни непосредственных субъектов (ЛП). Эта часть лизинговых отношений и есть финансовый продукт. Он необходим как объективное необходимости условие обеспечения жизнедеятельности ЛП и непрерывности процесса самого производства и услуг. Другая часть продукта создается за пределами лизинговых отношений, сверх меры данных потребностей, как аренда имущества и предназначается, прежде всего, для расширения производства и удовлетворения потребностей арендополучателей. Наряду с этим, следует отметить, что производство или услуги могут быть организованы автономно и смешанно (см. приложение 1).

Указанные отношения не только экономические, финансовые, но и исторически они возникли вслед за лизинговыми или арендными отношениями и предполагают известный уровень развития производства и услуг. Ибо лизинговые или арендные отношения даже автономно призваны обеспечить конкурентоспособность субъектов, порождающие не только обеспечить для них прибыль (доход), но и формировать дополнительные рабочие места и в лучшем случае, еще и самих работающих.

Таково различное функциональное назначение отдельных частей лизинговых и арендных отношений. Таков тот общий критерий, который должен лежать в основе функционирования субъектов. Итак, в любом случае для субъектов производства и услуг может быть проведено различие между той

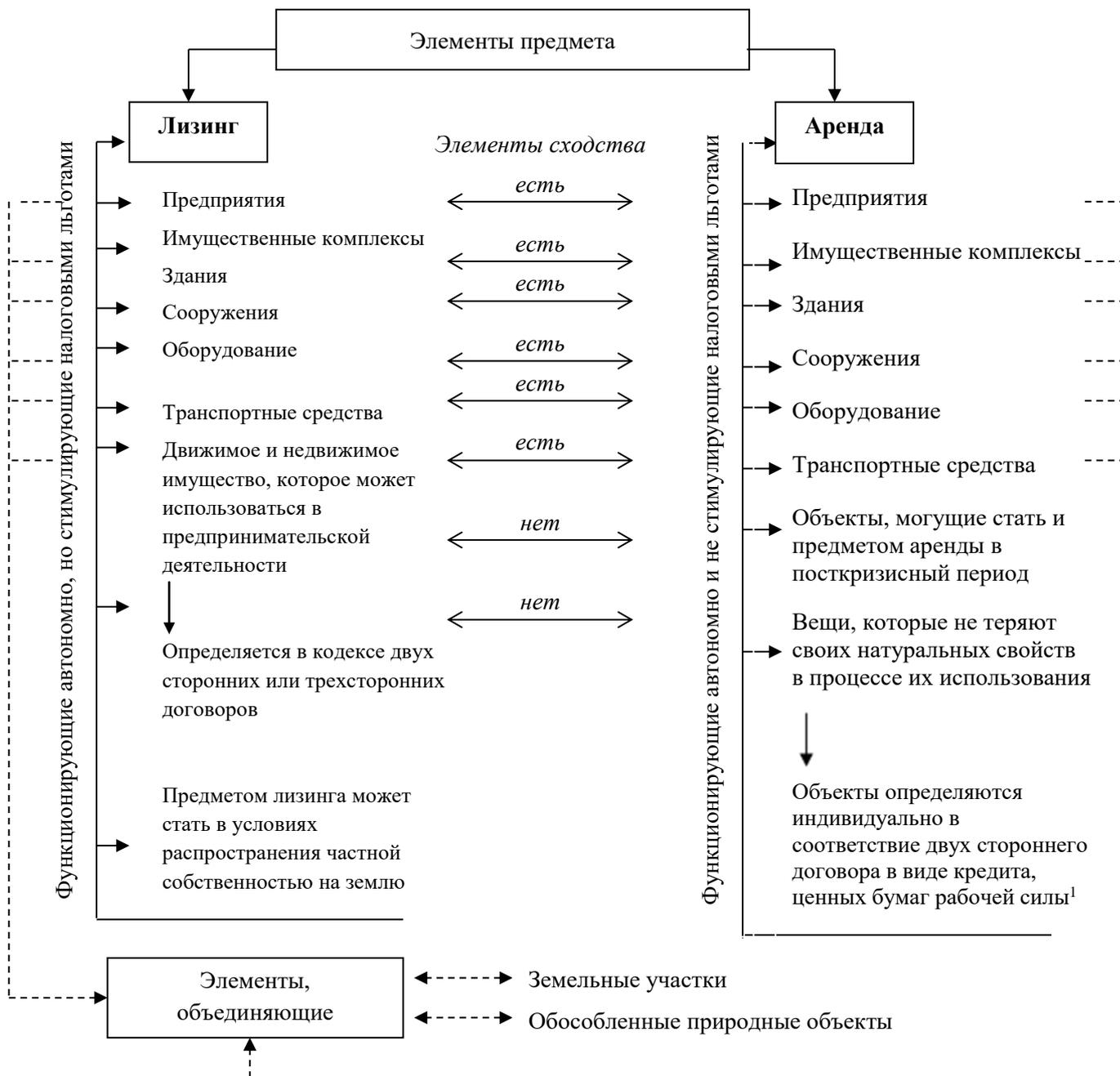
частью предмета лизинга и аренды, который позволил бы им не только обеспечить конкурентоспособность и в лучшем случае еще и рассчитаться по долгам и формировать прибыль (доход). Однако ясно, что, несмотря на какие-то общие определения и признаки, которые позволяют разграничивать лизинг и аренду в любом производстве, в каждом из них они выступают в конкретных специфических предметах и имеют различную экономическую особенность разграничивающие лизинга от аренды (рис. 1.2).

Все эти глубинные социально-экономические преобразования в содержании лизинга и аренды, вместе с тем, означают ликвидацию противоречия между ними, появление принципиально иного вида их взаимосвязи и взаимозависимости в процессе воспроизводства. Лизинг и аренда не противостоят друг другу, их движение, хотя автономно, но органически взаимообусловлено: увеличение прибыли (дохода), создание дополнительных рабочих мест и др. является предпосылкой и условием их роста.

Но в каждом данном периоде процесса воспроизводства между ними объективно складывается относительное противоречие, которое отражает их неизбежную количественную взаимообусловленность и разграничение: увеличение лизинга может происходить за счет другой и наоборот.

Это во многом зависит от источников формирования ресурсов для лизинга и аренды. Следовательно, положение достаточно очевидно и, видимо, не требует подробного обоснования. Но оно важно, как для последующего анализа, так и для акцентирования той мысли, что отсутствие противоречия между ними отнюдь не снижает проблемы четкого определения их границ и состава предмета. Ее правильная постановка и решение имеют не только теоретическое, но и практическое значение для совершенствования ЛУ.

Тот или иной предмет лизинговых и арендных отношений не только определяет социально-экономическую природу, но и способствует определять их границы и состав автономного предмета специфическими признаками, характеризующими сущность лизинга и аренды.



<sup>1</sup> Неликвидные ценные бумаги и рабочие силы, имеющие при себе орудие труда, по мнению автора при необходимости следует включать в объект аренды

**Рисунок 1.2. Элементы предмета, могущие быть объектами лизинговых и арендных отношений<sup>32</sup>.**

Итак, лизинг своим возникновением обязан аренде. Ибо, отмечает Т.Г.Философова «Развитие лизинговых взаимоотношений, выросших из

<sup>32</sup> Составлено автором

традиционной аренды, прошло несколько этапов (без учета хронологии, в соответствии с содержанием) ...»<sup>33</sup>.

Из сказанного следует, что аренда и арендные отношения выступают, с одной стороны, как объективные условия обеспечения жизнедеятельности лизинга и ЛУ; а с другой – развитие понятия термина «лизинга», «лизингового кредита» и «лизинговой услуги» автономно от аренды. Данное положение имеет особую актуальность и следует его оценить, как положительную тенденцию внедрения инновационных лизинговых отношений и ЛУ в практику. Но, несмотря на это, единого определения термина «лизинг», «лизинговых услуг», «лизинговый сервис», «лизинговый продукт» и «инновационные лизинговые услуги» отсутствует, что затрудняет восприятие движения этих феноменов как экономической категории.

Вышеуказанные термины в той или иной степени освещены в экономических литературах. Однако, без рассмотрения автономно их функциональные особенности как экономическая категория на наш взгляд будет без мыслима более подробно осветить «лизинговые услуги» и «инновационные лизинговые услуги». Хотя они имеют значение для обеспечения развития лизинговых отношений в условиях модернизации экономики. Отсюда следует, что лизинг (независимо от того, в каких конкретных содержаниях он выступает, в соответствии с какими принципами оказывает услуги, в каких формах используется) представляет всю совокупность жизненных средств, обеспечивающих воспроизводство и ее всестороннее развитие. Поэтому состав (предметы) лизинга и их объем должны включать в себя не только средства индивидуального потребления, но и средства совместного удовлетворения потребностей субъектов в лизинге (ПСЛ). Исходя из этого структура источников формирования лизинга может быть представлена следующим образом (формула 1.1):

$$\text{ПСЛ} = \text{ПЛ}_б + \text{ПЛ}_к + \text{ПЛ}_{сн} + \text{ПЛ}_{пн} + \text{СС}_с + \text{ПЛ}_{во} \quad (1.1)$$

---

<sup>33</sup> Философова Т.Г. Лизинг: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Т.Г. Философова. -3-е изд. перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 11 с.

где  $ПЛ_б$  – потребность лизинга за счет бюджетных средств;

$ПЛ_к$  – потребность лизинга за счет кредитных ресурсов;

$ПЛ_{сн}$  – потребность лизинга за счет сбережения населения;

$ПЛ_{пн}$  – потребность лизинга за счет прочих источников;

$СС_с$  – собственных средств субъекта;

$ПЛ_{во}$  – потребность лизинга за счет взаимного обмена (на условиях лизинга) оборудование, машины и т.п.

Все эти источники объединяют в лизинге их общее функциональное назначение в процессе воспроизводства. Они имеют общий источник формирования – добавочный продукт. Поэтому, средства направляются с учетом выявления потребности предмета. При этом следует отметить, что предметом лизинга не могут быть земельные участки и другие природные объекты, а также имущество, которое законами Республики Узбекистан запрещено для свободного обращения или для которого установлен особый порядок обращения и использования. Итак, обосную сущность лизинга, многие проводят аналогию с арендой и тем самым отождествляют понятие лизинга и аренды. Хотя с уверенностью можно сказать, что существуют между ними существенные отличия, примеряя определение лизинга к аренде становится ясно где не раскрывается его сущность, что и следует доказать тройственность экономической основы лизинга.

### **§ 1.3. Методологические подходы построения понятия системы лизинговых отношений и закономерностей их развития.**

Одним из успешных моментов при повышении эффективности развития лизинговой деятельности является условие модернизации экономики. В настоящее время больших возможностей для лизинговой деятельности пока не имеется.

Несвоевременное и недостаточное ЛУ особенно в условиях посткризисного периода привело к снижению технического состояния основных производственных фондов предприятия. По существу, все отечественные

предприятия нуждаются в лизинге или в ЛУ. При этом, удовлетворение потребности предприятий, склонившихся тенденциям рыночных условий условиях заключаются, в том, что помимо необходимости своевременно найти в достаточном объеме финансовые ресурсы для лизинга, как грамотно, эффективно их исследовать.

Такая постановка проблемы требует согласованной работы всех участников лизинговых отношений. Ибо при этом лизинговая деятельность ЛД и ЛП должно осуществляться на определенных причинах, единой правовой основе. В ходе нее необходимо использовать термины и понятия, правильно применять предоставления льготы, своевременно и полно отчитывается за результатами использования лизингового оборудования, техники и т.п. И естественно столь сложный процесс должен регламентироваться государством.

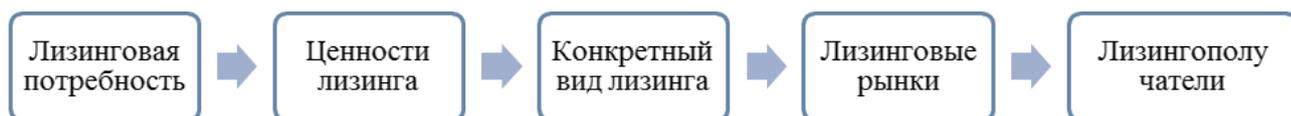
Справедливости ради, следует отметить, что даже в законодательстве о лизинге имеется достаточно много нормативных позиций, которые далеки от своего экономического содержания и определения. Противоречиво заложенные в них, приводят к неприбыльному применению их на практике. Все это на наш взгляд, следует ненужные трудности в разработке и обеспечение четкой политики рынка ЛУ. По нашему мнению, назрела необходимость в уточнении основных подходов к определению понятия лизинга, применяемых в лизинговой деятельности. В котором следует поставить первоочередную задачу соответствовать своему экономическому смыслу, что в свою очередь, является важной задачей экономической науки. Все это дает основание обратить внимание с методологической точки зрения на определения понятия лизинга.

Понятие «лизинг» рассматривается только относительно индивидуума. Считаем необходимым это понятие распространить и не только на технические, производственные системы, но и системе ЛУ. Экономический аспект ЛУ сводится к одной из видов потребности ЛД, также и ЛП для удовлетворения личных, коллективных и общественных интересов лизинга. Поэтому как для ЛД, так и для ЛП важным является определение лизинга. Именно путем определения можно будет определить методологическую основу удовлетворения их

интересов за счет последнего достигается способность на основе принуждения, т.е. подчинения интересов в рамках воздействия на формы воспроизводства, где расширения производства реконструкции инновационно-технического перевооружения деятельности ЛП и т.п.

С учетом более широкого толкования лизинга с учетом потребности участников лизинговых отношений необходимо выявить границы удовлетворения нужды ЛП в определенном виде ценностей.

Из этого подхода следует, что сначала следует прогнозировать будущие потребности объекта управления, затем их конкретизировать в виде ценностей, т.е. лизинг и только потом (проектировать) конкретный вид лизинга, т.е. оборудования, машины и др. для удовлетворения конкретной потребности конкретных ЛП (рис. 1.3).



**Рисунок 1.3. Цепочка определения потребительской ценности в лизинге<sup>34</sup>.**

Это цепочка дает возможность определить условие лизингового договора, являющейся важным моментом для стратегической сегментации лизингового рынка, определить направлений и параметров развития лизинга и ЛУ, совершенствования системы управления ими.

Поэтому такое большое внимание решили уделить изучению лизинговых отношений и закономерностям развития понятия лизинга. Иначе определяется понятие лизинга в мировой практике. Например, лизинг (от английского «to lease» – брать в аренду, нанимать), часто имеет свои национальные особенности<sup>35</sup>. Это связано с тем, что во многих странах специальный закон, регламентирующий лизинговые взаимоотношения, отсутствует, а условия

<sup>34</sup> Составлено автором на основании изучения научных работ

<sup>35</sup> Хохлов М.О., Лыба А.И. Возникновение, развитие и особенности финансового лизинга в экономике развитых стран // Сибирский торгово-экономический журнал, - №8, 2009.; Рахмонов Л.С. Формирование и развитие лизингового рынка Таджикистан // ПАЁМИ ДТТТ, - №2(15), 2016. – С. 94-97.; Джумаканова А. Лизинг и его использование на предприятиях Республики Казахстан // Статистика, учет и аудит. - №1, – 2011, – Т. .1. – С. 157-160.; Ганиева Н.А. Особенности системы в обеспечении учета лизинговых операций // Вестник науки и образования, - №7-2(61), 2019. – С.22-26.

договора определяются в соответствии с международными соглашениями, в частности, Конвенцией УНИДРУА «О международном лизинге» (Оттава, 28 мая 1988 г.) членом которого является и Республика Узбекистан<sup>36</sup> и с действующим в конкретной стране законодательством<sup>37</sup>.

Следовательно, в законодательных актах Франции, Бельгии, Италии, касающихся лизинговой деятельности, используются схожие по смыслу термины кредит-аренда (credit-bail), финансирование аренды (location financement), операции по финансовой аренде (operation dilosazione finanziaria). Также используются близкие по значению немецкое mitvertrag kredit, испанское arrendamiento, итальянское credito-frendamienfo и др<sup>38</sup>.

Если согласно Федеральному закону РФ «О финансовой аренде (лизинге)» лизинг определен как совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга, то согласно гражданско-правового регулирования лизинговых операций в Республике Узбекистан осуществляется на основе главы 34 «Имущественный найм» Гражданского кодекса (август 1996 г.) и закона «О лизинге» Республики Узбекистан (14 апреля 1999 г.) с изменениями от 15 января 2020 г., где лизинг определяется как финансовой арендой, т.е. толкование понятия лизинга согласно ст.2. данного закона, характерной для данного определения чертой является то, что представления лизинга от ЛД к ЛП в конечном итоге приводящего к реализации государственных интересов достигается результативности не только субъектной, но и объектной, что предполагает способность ЛД и ЛП к самоорганизации и самоуправлению<sup>39</sup>. Следовательно, согласно данному подходу ЛД и ЛП должен дорасти до инновационного уровня ЛУ, при котором

---

<sup>36</sup> <https://www.unidroit.org/> – Международный институт по унификации частного права.

<sup>37</sup> Узбекистан подписал и ратифицировал Конвенцию УНИДРУА о международном финансовом лизинге, которая вступила в силу 1 февраля 2001г.

<sup>38</sup> Кирилловых А.А. Правовые основы лизинга: Учеб. практ. пособие / А.А.Кирилловых. – М.: Юстиции-форм, 2009. – 11 с.

<sup>39</sup> Гражданский кодекс Республики Узбекистан. Введен в действие с 01.03.1997 г. в соответствии с Постановлением Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 29.08.1996 г. N 257-I. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан (Дата обращения: 12.02.2020)

их интересы будет соблюдать с государственным по мере развития лизинговых отношений.

Закон также дает определение и таким понятиям, как лизинговая деятельность (ст. 8 закона) и договор лизинга (ст. 9 закона). Это продиктовано и тем, что лизинг и его предметы, преодолевая узкие рамки экономических отношений, по своему функциональному назначению были призваны обеспечивать как жизнедеятельность предприятий ЛП. Единство отдельных предметов этих двух неразрывных сторон одного и того же процесса составляет ту глубинную первооснову, на которой формируется качественно новое содержание лизинга, и которая предопределяет расширение рамок и обогащение самого понятия термина лизинга.

Между тем, концепция расширительной трактовки термина лизинга не находит еще в практике учета соответствующих прямых «подпорок»<sup>40</sup>. Отсюда возникает вопрос: в каких конкретных формах воплощается лизинг. Не находя на поверхности хозяйственной жизни удовлетворительного ответа на этот вопрос, некоторые исследователи не могут согласовать теоретическую концепцию с практикой и нередко вновь заминают лизинг в узкие границы<sup>41</sup>. Нам представляется, что отсутствие в практике развитого инновационного определения понятие лизинга не может служить препятствием для теоретического осмысления и понимания действительной его сущности и соответственно природы. Понятно, что решение всего комплекса поставленных вопросов во многом зависит от определения и понимания сущности лизинга.

Констатируя работы ученых следует согласиться с тем, что не смотря на наличия отдельных аспектов, не учитываются экономическая и финансовая природа лизинга<sup>42</sup>.

---

<sup>40</sup> «Подпорка» мн род. -рок, -рам; ж. То, что подпирает, поддерживает что л. Большой толковый словарь русского языка. 1-е изд-е: Санкт-Петербург.: Норинт. 1998.

<sup>41</sup> Левкович А.О. Формирование лизинговых услуг. – М.: Изд-во деловой и учебной литературы, 2008. – 336 с.; Сутягин А.В. Аренда и лизинг. – М.: Изд. ГРОСС МЕДИА, 2011. – 200 с.

<sup>42</sup> Юсупова А.Т. Лизинговые формы финансирования долгосрочных активов: Автореф. дис. ... канд. экон. наук – Новосибирск, 2006. – 42 с.

Вместе с этим существует важность регулирования хозяйственной практики в настоящем времени в соответствии с законодательными актами<sup>43</sup>.

В Законе Республики Узбекистан «О лизинге», вступившем в силу 14 апреля 1999 года, во второй статье первоначально лизинг имел следующее понятие: «Лизинг (финансовая аренда) - особый вид арендных отношений, при котором одна сторона (ЛД) по поручению другой стороны (ЛП) приобретает к третьей стороны (продавца) в собственность обусловленное договором лизинга имущество (объект лизинга) и предоставляет его ЛП за плату на определенных таким договором условиях во владение и пользование на срок, превышающий двенадцать месяцев»<sup>44</sup>.

После внесения в 2007 году изменений в Законе данная статья имела следующее содержание: «Лизинг – особый вид финансовой аренды, при котором одна сторона (ЛД) по поручению другой стороны (ЛП) приобретает у третьей стороны (продавца) в собственность обусловленное договором лизинга имущество (объект лизинга) и предоставляет его ЛП за плату на определенных таким договором условиях во владение и пользование на срок, превышающий двенадцать месяцев. При этом договор лизинга должен отвечать одному из следующих требований»<sup>45</sup>.

Хотя настоящий Закон вступил в силу с 1 января 2008 года с учетом изменений и дополнений изначально нуждался в серьезной доработке. Вплоть до 2002 года несовершенное законодательство не смогло обеспечить прозрачность результативности лизинговых отношений. Внесенные в 2002 году изменения в Гражданском кодексе и в Налоговом кодексе, а также в законах «О лизинге» и «О таможенном тарифе» поддержали реализацию механизма рынка лизинговых услуг и дали новый импульс для его развития.

---

<sup>43</sup> Там же.

<sup>44</sup> Закон Республики Узбекистан «О лизинге» от 14.04.1999 г., за №756-І. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан (Дата обращения: 12.02.2020).

<sup>45</sup> Там же.

Этим изменениям предшествовал Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему стимулированию развития лизинговой системы»<sup>46</sup> от 28 августа 2002 года, который освободил лизинговые операции от всех существенных налоговых барьеров. Этот указ был признан утратившим силу Указом Президента РУз 7.06.2009 г. №УП-4116<sup>47</sup>.

В соответствии с постановлением Президента Республики Узбекистан от 26 ноября 2010 года № ПП-1438 «О приоритетных направлениях дальнейшего реформирования и повышения устойчивости финансово-банковской системы республики в 2011-2015 годах и достижения высоких международных рейтинговых показателей»<sup>48</sup> и прежде всего не только в целях приоритетных направлений деятельности как ЛД, так и ЛП, но и для развития сферы управления деятельностью небанковских финансовых (лизинговых) услуг. Касаясь этого еще 21 мая 2011 года Кабинетов Министров Республики Узбекистан за №143 утвердил Постановление «О мерах по дальнейшему развитию и упорядочению лизинговых услуг в Республике Узбекистан»<sup>49</sup>, где было фиксировано предложение Министерства финансов, Центрального банка. Министерство экономического развития и сокращения бедности РУз и других министерств, и ведомств об определении Министерства финансов РУз как уполномоченный орган по координации деятельности организаций, оказывающих ЛУ. Одновременно с этим постановлением Министерству финансов РУз были возложены функции по<sup>50</sup>:

разработке в сфере оказания ЛУ регулятивной базы и национальных стандартов;

проведение маркетинговых исследований и анализ рынка ЛУ;

---

<sup>46</sup> Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему стимулированию развития лизинговой деятельности» от 28.08.2002 г., за № УП-3122. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан (Дата обращения: 12.02.2020).

<sup>47</sup> Указ Президента Республики Узбекистан «О приоритетных направлениях дальнейшего реформирования и повышения устойчивости финансово-банковской системы Республики в 2011-2015 годах и достижения высоких международных рейтинговых показателей» от 26.11.2010 г., за № УП-1438. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан (Дата обращения: 12.02.2020).

<sup>48</sup> Постановление Кабинета министров Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему стимулированию развития лизинговой системы» от 21.05.2011 г., за №143. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан (Дата обращения: 12.02.2020).

<sup>49</sup> Там же.

<sup>50</sup> Там же.

определение приоритетных направлений перспективного развития рынка ЛУ с учетом анализа международных норм и стандартов;

разработке и рекомендации достаточно наглядно демонстрирующие трансформации и совершенствование отечественного законодательства лизинговых отношений;

осуществлению иных функций в соответствии с законодательством.

Тогда еще в структуре Министерства финансов функционировал секторальная координация лизинговой деятельности. В сфере его деятельности входило прежде сбор, обобщение и анализ информации о лизинге в целом, в частности о ЛУ. Анализ осуществлялся на основе достоверных данных, предоставляемых органами статистики и приносявших большой интерес для ЛП. В этой связи Государственному комитету по статистике совместно с Министерством финансов при необходимости дано право внедрять статистическую отчетность по лизинговой деятельности хозяйствующих субъектов.

В Гражданском кодексе РУз лизинг определяется, как вид аренды, при которой отдельные элементы осуществляется предоставление имущество на прокат, аренду транспортных средств, аренду зданий (сооружений), аренду предприятий, многообразие видов аренды и стало причиной исследований толкований в других источниках и в научных работах (см. приложение 2)<sup>51</sup>.

Поэтому, мы сочли необходимым остановиться на вопросах определения лизинга и дать логически правильно построенную характеристику системы лизинговых отношений и закономерностей.

Объективная необходимость существования лизинга вызвана теми причинами, которые обусловлены существованием обмена, а именно: условиями производства и услуг, существованием разных форм собственности, экономической обособленностью субъектов рыночных отношений (продавцов, покупателей). Лизинг обязательный компонент производства и услуг экономических отношений. Без товарного производства нет и экономических

---

<sup>51</sup> Гражданский кодекс Республики Узбекистан. Введен в действие с 01.03.1997 г. в соответствии с Постановлением Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 29.08.1996 г. N 257-I. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан (Дата обращения: 12.02.2020).

отношений, нет лизинга, равно как без лизинга нет отношений между ЛД и ЛП, и нет третьего лица, стимулирующего развитие этих отношений.

Лизинг базируется на принципах, которые вызывают необходимость существования производства и услуг, имеющую взаимосвязь внешнего лизинга с международным рынком, тем самым получив возможность глобализации.

Понятие лизинга многогранно, многолико и по мере развития производства и услуг оно неоднократно менялось (приложение 2).

Итак, перечень определения лизинга можно расширить, но от этого сущность его не меняется. Сравнительно новыми признаками в предложенной классификации определении понятия лизинга является организационные формы лизинговой деятельности ЛД и ЛП и социально-экономическая деятельность рынка ЛУ.

Критерий социально-экономической деятельности введен в определение лизинга, связан в зависимости от величины социального эффекта участникам лизинговых отношений должны предоставляться государством различные льготы и привилегии. Этот вопрос безусловно требует изучения. Следовательно, детальный анализ критерии определении лизинга, характера лизинговой деятельности участников лизинговых отношений и разработанная теория определения термина лизинга с учетом их финансово-экономического аспекта позволит сформулировать основные положения формирования понятия ЛУ для ЛК.

Итак, в экономической литературе лизинг рассматривается с различных позиций. Исходя из этого авторы в той или иной степени, как было отмечено, выделяют в определениях лишь свойства объекта, как наиболее развитое направление его получения на временное пользование на срок установленной в заявке на временное пользование собственности, аренде, кредиту, финансированию, передачи его на основании договора лизинга физическим и юридическим лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества ЛП.

Следует отметить, что данная формулировка не поддерживает конкретных требований точки зрения формирования понятия ЛУ для ЛК.

Касаясь этого следует отметить, что во всех определениях лизинг рассматривается как специфическая разновидность аренды. Иными словами, они одними и теми же схожими определениями постарались обосновать два разных явления, что нежелательно для экономических наук. Отсюда вытекает, что в лизинговом отношении, в научной литературе нет единого подхода, которое бы точно и однозначно определило бы не только истинную природу лизинга, но и лизинговых отношений включая в системе этих отношений ЛУ.

Если группировать определения, приведенные в приложении 2, тогда можно будет выстроить единое определение, т.е. в данном едином контексте лизинг будет представлять собой привлечение или передачу временно свободных финансовых ресурсов, при котором одна сторона обязуется приобрести в собственность обусловленное договором имущество у определенного лица (продавца) и предоставить это имущество на определенный срок потребителю (пользователю) за плату с правом последующего выкупа.

При помощи данного определения можно построить и определение на аренду, но при этом из данного текста должны исключаться специфические черты лизинга, т.е. «имущества у определенного лица (продавца). Но, несмотря на это, во всех определениях отсутствуют специфические условия, обусловленные целью участников лизинговых сделок. Наряду с этим во всех выше указанных определениях отсутствуют требования практики. Лизинг выступает исходным компонентом в формировании финансовых ресурсов, обеспечения устойчивости развития и конкурентоспособности предприятий и государства. В определениях лизинга сущностный признак определен как механизм организационно-экономических отношений, возникающих по поводу движения объекта и предмета лизинга, сформированных на разных этапах функционирования хозяйственной деятельности субъектов, имеются в виду источники формирования объекта и предмета лизинга.

Таким образом, с учетом специфики потребления ЛУ можно дать лизингу следующее определение. Лизинг – как экономическая категория, является формой движения объектов имущества, возникающих по поводу удовлетворения потребности субъектов при помощи третьего лица (продавца) за плату с правом последующего выкупа и формирования при помощи использования объекта имущества фондов денежных средств в целях обеспечения их финансовой устойчивости и конкурентоспособности в условиях риска. В данном определении лизинг рассматривается как специфическая часть производственных отношений, носящих объективный базисный характер. Изменение производственных отношений лежит в характере движения предмета и объекта<sup>52</sup> лизинга. Специфика лизинга в составе производственных отношений состоит также в том, что лизинг выступает в имущественной форме и постепенно превращает свою первоначальную форму в денежную. Кроме того, лизинговые отношения должны быть призваны обеспечить финансовую устойчивость и конкурентоспособность всех участников этих отношений.

Данное определение лизинга соответствует требованиям практики, когда речь идет об рациональном использовании материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Лизинг является одним из исходных компонентов организации деятельности субъектов и формирования их финансовых ресурсов, обеспечения их конкурентоспособности. По своей природе лизинг опосредован в имущественной форме и обеспечивает процесс расширения воспроизводства.

В закономерностях эволюционного развития лизинга свидетельствует о комплексных признаках, определяющее определить сущность, содержание, природу и роль в системе рынка ЛУ:

наличие обширной среды использования лизинговых отношений;

единая абстрактная общность во всех экономических формациях, выражающая имущественные формы движения части ВВП на условиях

---

<sup>52</sup> Объектом лизинга может быть любые неупотребляемые вещи, в том числе предприятия, имущественные комплексы, здания, сооружения, оборудование, транспортные средства и другое движимое и недвижимое имущество, используемые для предпринимательской деятельности. Объектом лизинга не могут быть земельные участки и другие природные объекты, а также иное имущество, изъятое из оборота или ограниченно оборотоспособное (см.ст.3 «Объекты лизинга» закона), либо запрещенного к свободному обращению на рынке.

лизингового платежа в порядке и в сроки, установленные договором за использование объекта лизинга;

существование, деятельность и активное регулирование воздействия государства на все стороны лизинговых отношений;

выражение в лизинге распределительных отношений, органически связанных как с объектом и предметом лизинга, так и доходами (прибыль) субъекта и в целом государства;

относительная самостоятельность субъектов лизинга на стадии определения предмета и объекта лизинга и составление договора;

связь лизинговых отношений с конечными результатами хозяйствующих субъектов, являющихся наиболее динамичной частью производственных и финансовых отношений;

денежные отношения между ЛД и ЛП, и на этой основе участие лизинга в образовании и использовании фондов денежных средств субъектов всех уровней в соответствии с их объективными потребностями;

обслуживание процесса расширенного воспроизводства.

Также из приведенных выше подходов к определению лизинга становится ясно, что ЛУ занимает место на стадии его совершенствования. Лизинг в отличие от арендной деятельности несет в себе существенные свойства финансовой поддержки, услуг и финансово-кредитной сделки, инвестиционно-инновационной деятельности. Касаясь этого, следует сделать экскурс на развития рынка ЛУ (рис. 1.4).



**Рисунок 1.4. Эволюция развития сущности рынка лизинговых услуг<sup>53</sup>.**

<sup>53</sup> Составлено автором на основании изучения научных работ

Трактовки категории «лизинг» возникали постепенно. Так, в классической политэкономии еще преобладало понятие «аренда» в качестве временного использования имущества и т.п. Лизинг представлял собой сферу хозяйственной деятельности, в которой продукты и услуги изначально производятся для обмена при помощи аренды<sup>54</sup>. Взаимоотношения между его участниками регулируются разными институциональными режимами, т.е. совокупностью актов договора, которые пространственно локализованы или привязаны к определенному виду продукции и услуг.

Например, существуют следующие концепции лизинга:

определенная территория, на которой происходит сделка, т.е. более широкое, географическое определение, которое связано с понятием лизинга к конкретному городу, стране, территории, континенту;

совокупный платежеспособный спрос, предъявляемый на определенный вид лизинга, который обозначает совокупность ЛП того или иного вида (продукта) лизинга;

саморегулирующийся механизм сбалансирования лизингового спроса и предложения путем свободно устанавливаемых договоров на продукты лизинга, которое предусматривают сущность категории «лизинг» в виде механизма сбалансирования спроса и предложения между ЛД и ЛП независимо от территориальной принадлежности. Лизинг определяется в качестве сферы, где доминируют конкуренция между независимыми агентами, а также свободные сделки. Согласно данной теории лизинг выступает объектом аналитической модели. При этом финансовые, экономические и структурные условия сделки являются внешними факторами, снижающими эффективность саморегулирования лизинговых отношений;

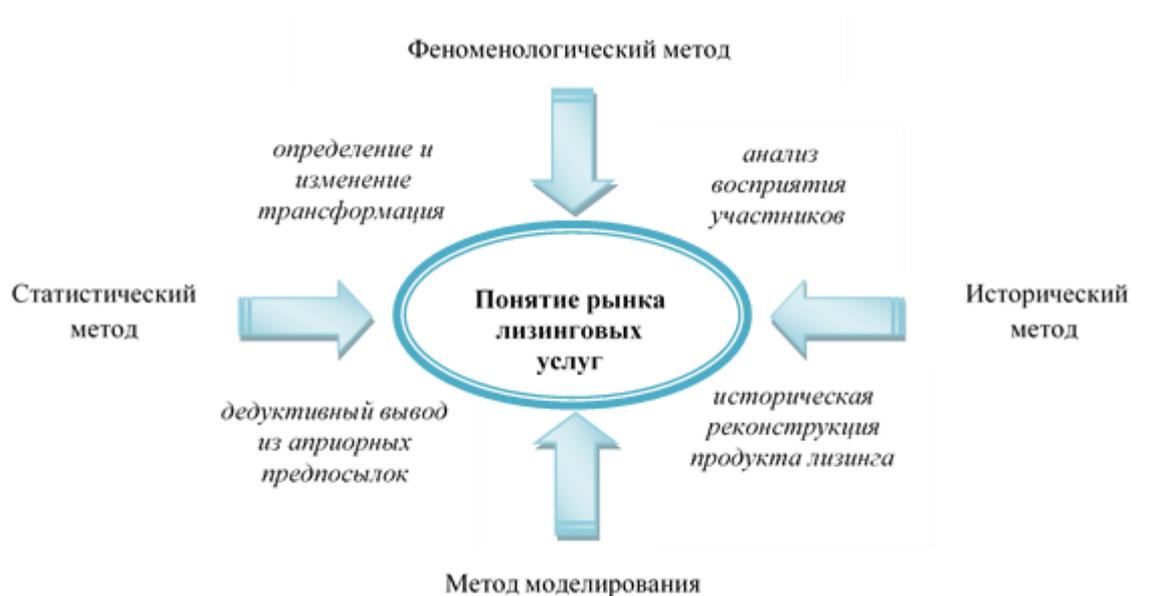
экономическая система обусловлена конкуренцией между независимыми субъектами лизинга. Причем саморегулирующийся рыночный механизм имеет место в сообществах, называемых рыночными.

---

<sup>54</sup> Радаев В.В. Рынок как идеальная модель и форма хозяйства. К новой социологии рынков // Социологические исследования, 2003. - №9. – С. 18-29.

Обобщив различные формулировки сущности лизинга, мы пришли к выводу, что «лизинг» есть совокупность отношений, возникающих в процессе регулярного преимущественно денежного взаимовыгодного, добровольного и состязательного обмена благами между субъектами лизинга. Согласно данному определению лизинговая форма отношений возникает в случае, если обмен приобретает форму регулярных сделок вследствие эффективного использования продукта лизинга. Путем денежного обмена преодолевается ограниченность лизинговых операций и замкнутость натурально-вещественных сделок, поглощенного целями самообеспечения. Участники лизинговых отношений преследуют эквивалентный обмен стоимостных пропорций.

С учетом вышеизложенного предлагаем выделить четыре подхода методологии ее исследования: феноменологический, историко-генетический, теоретического моделирования и статистический (рисунок 1.5).



**Рисунок 1.5. Методологические подходы к определению категории «лизинг»<sup>55</sup>**

Феноменологический метод лизинга следует рассматривать как продукт взаимодействия его участников. Данное направление означает введение теоретических конструкций без учета того, как субъекты лизинга воспринимают лизинг. Интерпретировать лизинг можно только посредством структуры

<sup>55</sup> Составлено автором на основе изучения научных работ отечественных и зарубежных ученых

субъективных значений, созданных самими участниками лизинговых отношений. В результате понятие лизинга становится неотделимым от практических действий по формированию продукта-лизинга.

Посредством исторического метода лизинг исследуется в качестве объекта организационных форм и взаимоотношений, учитывающие развитие и тенденции рынка ЛУ. Положительной стороной данной модели имеется в определении условий изучения конкретной лизинговой продукции.

Методом моделирования учитывает механизм координации субъектов лизинговых отношений, т.е. основное внимание направлена на лизинговые взаимоотношения.

Представляется, что такая координация субъектов лизинговых очень сложно из-за огромного количества дополнительных факторов. Но нам удалось выстроить из них несколько имеющих, как представляется, принципиальное значение для укрепления лизинговых взаимоотношений. Это цена лизингового продукта, расходы на маркетинг и маркетинговые исследования рынка лизингового рынка, расходы на амортизацию имущества лизинга, расходы на покупку и расходы объекта лизинга, прибыль и синергический доход по каждому объекту лизинга. Каждый из них способствует раскрыть сущности и значения лизинга, хотя каждый из них имеет свою границу. Нарушение этой границы не делает объект лизинга эффективным, а лишь наращивает неэффективных затрат. Отсюда следует важность изучения методом исследования статистических методов лизинга, как объекта собственности ЛД. Именно при помощи статистических методов становится возможным изучения и анализа разновидности факторов сегментов в рамках, как внутренних, так и внешних границ объемов финансовых ресурсов, выделяемых для приобретения объекта лизинга.

Таким образом, исследование методологических подходов относительно сущности понятия лизинга, позволило выделить четыре подхода, каждый из которых обладает неизбежными ограничениями, но в то же время дает возможность внести свою лепту в решение поставленной задачи (приложение 3).

Итак, лизинговые отношения имеют сложную структуру. При этом как зарубежные, так и отечественные экономисты предлагают классифицировать существующие виды лизинга с использованием различных признаков и критериев. Безусловно, эти вопросы также требуют самого тщательного изучения, что позволяет сформулировать основные положения формирования ЛУ.

#### Заключение к первой главе

В ходе изучения сущности ЛУ и его роль в социально-экономической значимости можно изложить следующие выводы.

Лизинг выступает как сложная экономическая стоимостная категория, превращенная форма добавочной стоимости и части прибыли. Движение прибыли на основе ее возрастания, распределения и перераспределения происходит в интересах лизинговых отношений. Дальнейшее развитие лизинга как превращенной формы добавочной стоимости и части прибыли - явление закономерное для рыночной экономики, новое и одно из важнейших требований обеспечения создания условий для модернизации экономики.

Особый характер лизинга – это регулирование государством элементов его развития, выдвигает прибыль в число определяющих результативных стоимостных показателей, которые характеризуют эффективность ведения производства, освоения капитальных вложений и внедрения новой техники. Благодаря этим особенностям лизинг может использоваться как объект стимулирования и модернизации экономики. Она становится основой организации финансовых механизмов стимулирования повышения эффективности производства.

Методологические подходы построения понятия системы лизинговых отношений и закономерностей их развития имеют следующие подходы: феноменологический, историко-генетический, теоретического моделирования и статистического метода. Каждый из которых обладает неизбежными ограничениями, а также имеющие возможность внести вклад при решении задачи развития рынка лизинговых услуг.

## **ГЛАВА II. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ СОСТОЯНИЯ ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ И АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ПРЕПЯТСТВУЮЩИХ ИХ РАЗВИТИЮ**

### **§ 2.1. Анализ критериев бизнес связей лизинговых компаний и маркетинговые исследования их конкурентоспособности.**

Прозрачность результатов ЛУ необходимо всем субъектам лизинговых отношений. В этой связи возникает необходимость тщательного анализа возможности кризисного развития снижения прибыли, возникновение фактора препятствующие развития ЛУ и прочие. Особенно актуальны эти проблемы в сфере предпринимательской деятельности субъектов лизинговых отношений. Анализируя практику хозяйствующих субъектов по вопросам деятельности на рынке ЛУ следует признать активность взаимоотношений между ЛК и ЛП. Однако, имеется и недостатки в подходах установления бизнес-связей ЛК, где основной упор эффективного функционирования бизнес-связей ЛК сохраняется за дистрибьюторской инфраструктурой.

В развитых рынках лизинговых услуг наблюдается интеграция функций коммерции и сервиса, в основном фокусированных на интересах отдельных субъектов производства и снабжения. Тем самым, развитые рынки лизинговых услуг имеют богаты практический опыт продвижения лизинга.

Эффективная и устойчивая система взаимоотношений участников рынка лизинговых услуг не может функционировать без государственной поддержки, в частности выделения льготных кредитов для ЛП, упростить налогообложение, как ЛД, так и ЛП, поддержка по таможенным платежам в целях осуществления инновационной политики хозяйствующих субъектов и инновационной политики самого государства.

В условиях усиления конкуренции на рынке ЛУ маркетинговые принципы ориентируются на активизации бизнес-процессов между участниками рынке ЛУ, где большинство маркетинговые программы включают форвардные сделки, которые создают доверительные отношения ЛК и продавцов лизинга, тем самым устанавливаются по результатам маркетинговых исследований.

Следовательно, подчеркивается необходимость умения правильного построения стратегических бизнес-связей на основе маркетинговых исследований долговременного воздействия, где учитываются наличие потенциала гибкого стратегического партнерства с последовательной выработкой новых деловых подходов, которые открывают возможности роста рынка ЛУ.

Нельзя не заметить, что сегодняшние тенденции приобретают масштабный характер потребления, тем самым создавая возможность глобализации бизнес-связей ЛК.

Помимо этого, маркетинговые задачи по установлению стратегических бизнес-связей ЛК учитывают совокупность действий всех участников рынка ЛУ, где подчеркивается и их интересы. Например, принцип взаимной выгоды от ЛУ не предполагает равенство прибыли, но подразумевает, что все участники лизинговой сделки получают от подобного взаимодействия более весомые синергетический эффект, т.е. финансовые результаты, а те, которые окажутся вне партнерства всегда будут сталкиваться с новой, неизвестной ранее ситуацией. Однако, как нам представляется определить возникновение ЛУ в сегментах выгоды для вне партнеров в совокупности – очень тяжело, точно предугадать решения конкурентов из числа вне партнеров просто невозможно. Поэтому возникают постоянно новые ситуации, выход из которых могут показать лишь маркетинговые исследования<sup>56</sup>.

Целесообразность оценки бизнес-связей ЛК в перспективе основана на многофакторные оценки потенциала участников рынка ЛУ, тем самым определяется задача ЛК придерживаться к факторному анализу.

Иными словами, многофакторный анализ потенциала бизнес-связей ЛК требует систематизировать характеристики лизинговых отношений по трем блокам (рис. 2.1).

---

<sup>56</sup> Мурадова Н.У., Бегматов Х.А. Цифровая экономика и ее возможности для рынка лизинговых услуг // Интернаука: электрон. научн. журн. 2019. № 4(86). URL: <https://internauka.org/journal/science/internauka/86>



**Рисунок 2.1. Основные блоки многофакторного анализа при оценке бизнес-связей ЛК<sup>57</sup>.**

Принимая во внимание последовательность и составные рабочие части оценки перспективности бизнес-связей ЛК, мы видим цель реализации политики повышения эффективности развития рынка ЛУ.

### § 2.2. Анализ влияния бизнес процессов на развитие лизинга.

Укрепление лизинговых отношений в период модернизации прежде всего связано с активизацией бизнес деятельности ЛД, продавцов и ЛП. К тому же, использование ЛУ обеспечивают формирование новых форм коммуникации (бизнес-процессов) на рынке ЛУ, в котором задействованы все участники лизинговых отношений.

В рамках выявления связи участников лизинга была попытка использования маркетинговых аспектов в исследовании рынка ЛУ, которая является основополагающим рычагом формирования и развития одного из активных инфраструктур инвестирования модернизации экономики страны.

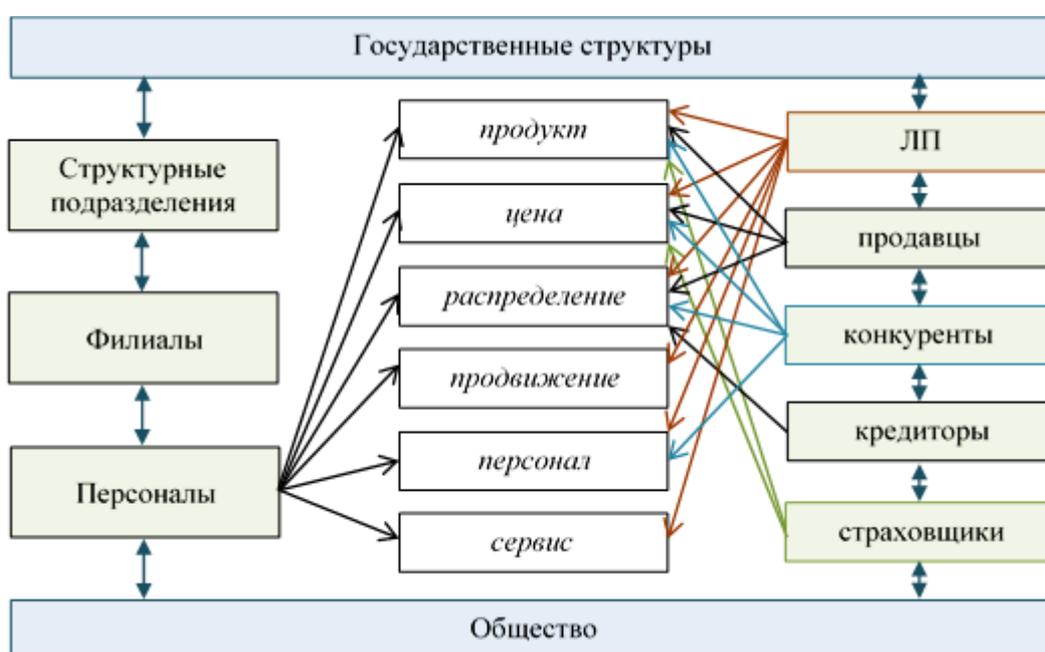
Сущность маркетинговых исследований на рынке ЛУ отражается в изучении состояния рынка и рыночной конъюнктуры, прогнозирование перспективы развития, наличие востребованных лизинговых продуктов, ценовой динамики в целях решения задачи успешного продвижения на рынок предложения ЛК. Также следует отметить, что для подготовки и реализации вышеуказанных задач требуется детальный анализ внутренней и внешней среды

<sup>57</sup> Составлено автором

ЛД. Так как, маркетинговая среда устанавливает объективность дальнейшего делегирования стратегических задач развития деятельности ЛД на рынке ЛУ.

Для достижения вышеизложенной цели необходимо целенаправленный анализ механизма воздействия субъектов лизинговой среды ЛД, а также их влияние на управление организации элементами комплекса маркетинга.

Обобщая теоретические подходы изучения маркетинговой среды компаний, отличающих на внутреннюю и внешнюю среду, следует обратить внимание и на связывающие звенья, то есть элементы рынка ЛУ: лизинговый продукт, цена, распределение, продвижение, персонал и сервис (см.рис.2.2).



**Рисунок 2.2. Взаимосвязь факторов маркетинговой среды рынка ЛУ<sup>58</sup>**

Как видно из рисунка, на рынке ЛУ маркетинговая среда имеет, как прямую, так и косвенную взаимосвязь между участниками лизинговых отношений, т.е. субъекты внутренней микросреды всегда учитывают конъюнктуру микро и макросреды, тем самым создает условия для потенциала активного воздействия на потребителей ЛУ.

Рост рынка ЛУ – это только первые шаги на пути развитым лизинговым отношениям. В дальнейшем предполагается включение в широкий оборот

<sup>58</sup> Составлено автором

новых видов лизинговых продуктов. Но как упоминалось прежде отечественный рынок ЛУ имеет специфичные недостатки на фоне развивающихся рынках ЛУ.

В целях выяснения реальной причины удержания внедрения трансформации на отечественный рынок ЛУ, что в свою очередь при выборе методики анализа, нами был выбран стратегический портфельный анализ.

Используя данный метод был проведен анализ положения ЛД на рынке с учетом их рыночного роста и занимаемой доли были определены положения лидирующих игроков рынка ЛУ (см. табл. 2.1).

**Таблица 2.1.**

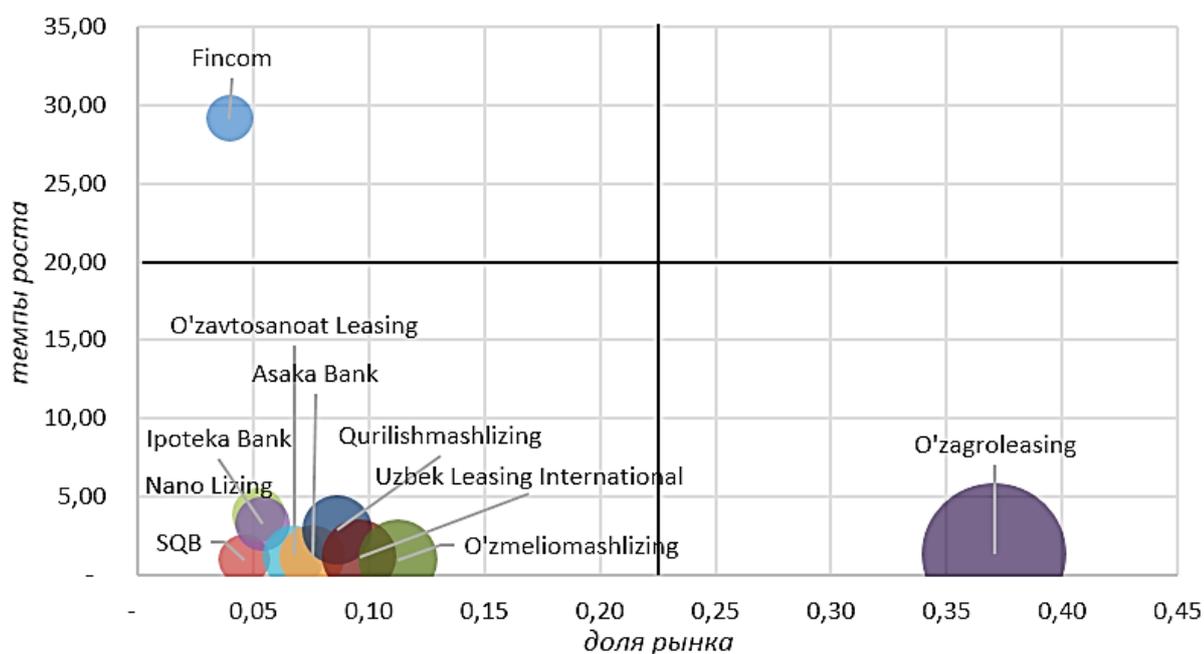
**Исходные данные лидирующих игроков рынка ЛУ<sup>59</sup>.**

Ключевые игроки	Выручка (млрд.сум)		темпы роста в %	коэффициент доли рынка к общему объему
	2018 г.	2019 г.		
ООО Fincom	5 873,4	171 127,2	29,14	0,04
АКБ SQB	198 343,3	199 040,5	1,00	0,05
ООО Nano Lizing	58 176,7	225 514,3	3,88	0,05
АКИБ Ipoteka Bank	71 757,8	232 886,3	3,25	0,05
ЛК ООО O'zavtosanoat Leasing	238 577,0	291 606,5	1,22	0,07
АКБ Asaka Bank	278 378,9	326 677,0	1,17	0,08
АО РСЛК Qurilishmashlizing	128 129,2	372 069,3	2,90	0,09
АО Uzbek Leasing International	341 795,0	414 172,9	1,21	0,10
ГУП O'zmeliomashleasing	476 549,0	485 642,0	1,02	0,11
АО O'zagroleasing	1 192 002,6	1 601 966,0	1,34	0,37
<b>итого</b>	<b>2 989 582,9</b>	<b>4 320 702,0</b>	<b>46,14</b>	<b>1,00</b>

Далее построив матрицу BCG можно принять соответствующие стратегии дальнейшей перспективы деятельности выше избранных участников, так как они являются ключевыми игроками отечественного рынка ЛУ (см. рис. 2.3).

Стратегия матрицы в секторе «трудных детей» предлагает увеличение рыночной доли. В данном секторе оказался ООО Fincom, который появился на рынке в 2019 году с количеством в 2686 лизинговых сделок. Учитывая его «возраст» нами предлагается инвестирование и развитие своего сегмента. Но и следует расширить территорию деятельности и выявить новые возможности в целях реализации перспективной деятельности.

<sup>59</sup> Расчет произведен автором по данным Лизинговой ассоциации Узбекистана



**Рисунок 2.3. Концентрация рынка ЛУ Узбекистана по матрице BCG<sup>60</sup>.**

Стратегия матрицы в секторе «собак» советует ликвидацию или же сокращение рыночной доли. «Собаками» оказались, и рассматриваемые коммерческие банки. В нашем случае не нужно делать поспешных выводов, так как рынок ЛУ не является их основной деятельностью. Но и следует помнить, что от них зависит кредитно-коммерческая конъюнктура рынка ЛУ. И поэтому в работе нами предлагается поддерживать деятельность коммерческих банков с учетом их комплекса маркетинга. Что касается, АО «O'zbek Leasing International», ЛК ООО «O'zavtosanoat-Leasing», АО РСЛК «Qurilishmashlizing» и ГУП «O'zmeliomashlizing», представившимися «трудными детьми» в 2018 году, их положение в секторе «собак» оказалось по причине появления ООО Fincom. Учитывая, что специализированные ЛК, оказавшиеся «собаками», имеют лидирующие позиции в сегменте технологического оборудования. Мы считаем, что наиболее правильным будет, стратегия удержания своего сегмента, с учетом рассмотрения дополнительных услуг и инновационных подходов своей специализации.

Стратегии матрицы в секторе «дойных коров» в основном опираются на том, что они являются источником финансирования секторов «звезд» и «трудных

<sup>60</sup> График построен автором по данным Лизинговой ассоциации Узбекистана

детей». Специфика рынка ЛУ дает возможность использования укрепившимся положением АО «O'zagrolizing» последние пять лет, направить их на укрепление бизнес связей рынка ЛУ.

В рамках концентрации, рынок, к сожалению, не имеет «звездных» ЛД, так как существует заметная разница в доли рынка продавцов ЛУ.

Согласно приведенной нами в работе схема модели эффективного регулирования рисков можно будет принимать более обоснованные решения при утверждении «правил экономической игры» при выявлении хозяйственного поведения в условиях риска, в частности следует уделить внимание во время процесса подготовки лизинговых договоров на возможные имущественные риски.

Необходимы также методологические подходы определения целесообразности маркетинга для установления деловых связей между поставщиками объектов лизинга и ЛК и последних с ЛП.

В рамках этого в работе отмечается, что наиболее оперативный подход учитывает внимание на анализ маркетинговой среды, в котором возложен всесторонний учет внешних и внутренних факторов.

Деловые связи с учетом возможного изменения рыночной ситуации определяется как динамическая характеристика экономического состояния, как ЛД, так и ЛП, которая определяется темпами роста основных пользователей деятельности и эффективности работы объекта лизинга. Важно отметить, что активные деловые связи отражая взаимосвязи основных направлений деятельности ЛП и выступает обобщающей характеристикой совокупной эффективности работы в их структурных подразделениях предприятий-лизингополучателя (рис. 2.4)<sup>61</sup>.

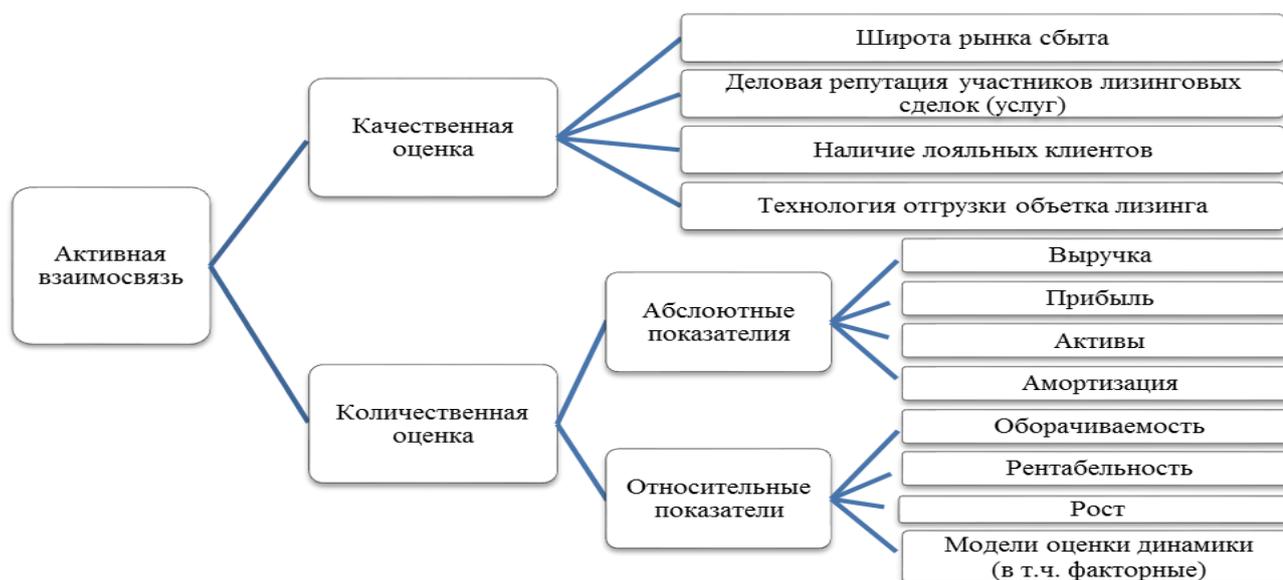
---

<sup>61</sup> Мурадова, Н. У. Необходимость проведения маркетинговой оценки активной взаимосвязи лизингодателя и лизингополучателя // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики: Материалы IX Международной научно-практической конференции, Тамбов, 13 апреля 2020 года. – Тамбов: Издательский дом "Державинский", 2020. – С. 439-444.



**Рисунок 2.4. Активная взаимосвязь между ЛД и ЛП<sup>62</sup>.**

При этом следует учитывать, что непосредственную маркетинговую оценку активных деловых связей можно осуществлять не только через количественные показатели, но и качественные. Преимущество осуществления маркетингового исследования деловой связи заключается в том, что он позволяет всесторонне рассмотреть и изучить различные аспекты деятельности как ЛП, так и ЛД и при этом не исключать деятельность посредников, таким образом выявить наличие слабых мест, которые способствуют замедлению роста активной взаимосвязи и своевременно их устранить (рис. 2.5)<sup>63</sup>.



**Рисунок 2.5. Основные способы маркетинговой оценки активной взаимосвязи ЛД и ЛП<sup>64</sup>**

<sup>62</sup> Составлено автором

<sup>63</sup> Мурадова, Н. У. Необходимость проведения маркетинговой оценки активной взаимосвязи лизингодателя и лизингополучателя // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики: Материалы IX Международной научно-практической конференции, Тамбов, 13 апреля 2020 года. – Тамбов: Издательский дом "Державинский", 2020. – С. 439-444.

<sup>64</sup> Составлено автором

Однако для укрепления бизнес связей ЛК с ЛП и обеспечения их конкурентоспособности функционирующих на лизинговое оборудование важное значение имеют маркетинговые исследования.

Как показали результаты проведенного нами анализ деятельности ЛК и ЛП, что маркетинговые исследования проводятся на уровне ЛК или для проведения маркетингового исследования ежегодно составляются анкеты и выявляются его атрибуты. Однако не всегда проводимые ЛК маркетинговые исследования давали ощутимые результаты в области роста прибыли или снижения ущерба. С учетом сложившейся обстоятельство, нами было проведено маркетинговое исследование путем составления анкеты и определяющие его атрибуты. И так, в нашем примере анкеты были составлены из семи блоков, поэтому структура изложения результатов была разбита на семь блоков.

*Блок 1. Сильные стороны (конкурентные преимущества).* К оборудованию, объему сделки, по которой растет, относятся более 50 разных видов сельскохозяйственной техники, агрегаты, шлейф техники и другие средств механизации. Больше половины (56%) данной продукции реализуется на территории Тайлякской и Булунгурской районов, 35% ориентировано на г. Самарканд и 9% потребляется в области. В большей степени данный вид лизингового оборудования ориентирован на реализацию в республике (82%), остальные – за рубежом. Конкурентными преимуществами являются качество оборудования, низкая цена.

*Блок 2. Внутренние источники повышения конкурентоспособности лизингового бизнеса.* Респондентам был предложен перечень позиций, по которым необходимо было оценить конкурентные преимущества своего бизнеса по пятибалльной шкале. Результаты следующие (средний балл по пятибалльной шкале: 5 – высший балл):

технологические конкурентные преимущества – 4,7;

конкурентные преимущества трудовых ресурсов – 4,1;

близость источников лизингового оборудования – 3,6;

состояние производственной инфраструктуры – 3,6;

уровень износа ОПФ – 3,1;

наличие системы качества оборудования – 2,9;

развитая система маркетинговой службы – 3,5.

Технологические преимущества и трудовые ресурсы оцениваются как наиболее сильные конкурентные преимущества. Большинство ЛП отмечают отсутствие стандартов качества. По остальным критериям оцениваются как средние позиции.

*Блок 3. Перспективные бизнес-проекты по сделкам лизинга.* По типам инноваций 46,7% отметили, что внедряют технико-технологические инновации, 33,3% – организационно-управленческие инновации и 20% – продуктовые. 50% опрошенных отметили, что основной целью внедрения продуктовых инноваций является освоение новых рынков, для 25% такой целью является сохранение позиций на действующем рынке ЛУ и еще 25% считают, что целью является завоевание новых категорий потребителей-лизингополучателей.

Целью внедрения технико-технологических инноваций для 36,8% является повышение конкурентоспособности за счет улучшения качества лизингового оборудования. Остальная часть респондентов разделилась во мнениях: 31,6% считают, что внедрение технико-технологических инноваций необходимо для снижения себестоимости продукции ЛП и еще столько же, для расширения ассортимента и номенклатуры продукции ЛП. Из семи предложенных факторов, определяющих покупку технологий за рубежом, 35,7% отметили, что в стране нет аналогов закупаемого оборудования, для 21,4% респондентов закупаемые технологии позволяют выйти на внешний рынок ЛУ. По мнению 14,3% технологии обеспечивают значительную экономию ресурсов, и еще столько считают, что закупка оборудования в Китае дешевле, чем внутри страны, 71,1% отмечают более выгодные условия поставки оборудования. Внедряемые организационно-управленческие инновации для 45,5% респондентов сводятся к открытию новых производств и различных подразделений (маркетинговый, конструкторский, технологический отделы) для 36,4% опрошенных данный вид инноваций характеризуется совершенствованием форм и методов управления,

причем в основном это бизнес планирование и использование информационных систем управления и 18,2% отметили инновации в социально-трудовой сфере.

Основными критериями финансирования инноваций являются собственные средства ЛП и коммерческих банков (58,3% респондентов) и кредиты финансово-банковских организаций (41,7%). Средства институтов развития, иностранные инвестиции и бюджетные средства не задействованы у большинства опрошенных.

К основным факторам, тормозящим освоение продуктовых и лизинговых технологических инноваций относятся, по мнению респондентов:

отсутствие спроса на внутреннем рынке (14,3%);

большой риск освоения новой продукции (28,6%);

нет необходимых НИОКР (7,1%);

недостаток информации об иностранных лизинговых технологиях (21,4%);

отсутствие специалистов (инновационные менеджеры) по управлению инновационными проектами (14,3%);

отсутствие института развития (14,3%).

*Блок 4. Оценка состояния региональной инфраструктуры.*

Респондентам было предложено 7 позиций, по которым необходимо было оценить состояние территориальной инфраструктуры в контексте развития их бизнеса по пятибалльной шкале. В результате обработки данных был выведен средний балл по каждой позиции: научно-инновационная инфраструктура (2,2). Большинство ЛП отмечают отсутствие техно и машинных парков, института развития и связи с научно-исследовательскими лабораториями; транспортная сеть (4,2). Значительная часть предприятий обеспечена собственным или арендованным автотранспортом, отмечают близость ж/д веток или наличие собственных ж/д тупиков. Состояние автодорог оценивается как плохое; электро и теплосеть (4,6). Нормальная обеспеченность; водоснабжение и канализация (4,6). Нормальная обеспеченность; земельные ресурсы (3,5). Большинство респондентов отмечают высокие цены на земельные ресурсы или ее отсутствие; информационное обеспечение (4,6). Нормальная обеспеченность; система

подготовки кадров (4,1). Предприятия сами регулярно проводят курсы повышения квалификации, отмечают отсутствие учебных заведений, готовящих необходимых специалистов, пользуются ЛУ.

*Блок 5. Оценка потребности в кадрах.* Общая потребность в кадрах на ближайшие 3 года по опросам предпринимателей – ЛП составляет 462 человека, из них потребность на 2019 год составляет 29,3% всей потребности, почти 40% приходится на 2018 год. Большая доля (67,3%) потребности приходится на специалистов рабочих профессий, 17,8% работники со средним образованием и 14,8% – специалисты с высшим образованием, преимущественно технической направленности. В разрезе рабочих профессий наибольшим спросом пользуются агрономы, инженеры, трактористы, электрики, операторы.

*Блок 6. Возможности для развития вашего бизнеса.*

Поскольку в основном ЛП ориентированы на внутренний рынок, то и свои возможности видят в рамках Самаркандской области и республики в целом. За счет увеличения объемов реализации продукции сельского хозяйства в области и в целом по республике завоевание большей доли рынка, увеличение объемов реализации производимой продукции за счет расширения ассортимента реализуемой продукции, улучшения качества продукции посредством внедрения системы качества лизингового оборудования, сокращение объемов импорта из стран ближнего зарубежья.

*Блок 7. Ограничения для вашего бизнеса.* Основными ограничениями, по мнению респондентов, являются: износ оборудования. Устранение данного ограничения позволит увеличить выпуск продукции; отсутствие запчастей на местном рынке; неспособность конкурировать с импортными товарами по цене. Необходимо ограничить ввоз импортной продукции или повысить таможенные пошлины, что позволит поддержать отечественного производителя-лизингополучателя; высокие таможенные расходы на ввозимый объект из-за рубежа; отсутствие собственных средств на обновление лизингового оборудования. Высокие ставки по кредитам. Таким образом, в результате исследования можно сделать следующие выводы:

- материалы, производимые на лизинговом оборудовании на предприятиях Самаркандской области, преимущественно являются товарами с низкой и средней добавленной стоимостью;
- основными рынками сбыта продукции ЛУ является Самаркандская область;
- к конкурентным преимуществам отечественных ЛК и ЛП относятся технология производства, квалифицированные трудовые ресурсы, близость источников сырья и удовлетворительное состояние производственной инфраструктуры;
- основными факторами, ограничивающими конкурентоспособность отечественных ЛК и ЛП, является высокая степень износа основных средств и отсутствие системы оценки качества;
- в большинстве своем ЛК и ЛП внедряют технико-технологические и организационно-управленческие инновации, в меньшей степени продуктовые;
- негативным фактором развития ЛК и ЛП является отсутствие технопарков и института информации;
- большая доля потребности в кадрах (67,3) приходится на рабочие специальности;
- основными ограничениями для развития лизингового бизнеса в отрасли производства является износ оборудования, высокие таможенные расходы на ввозимое сырье, слабая маркетинговая инфраструктура по поддержке лизинговых отношений.

### **§ 2.3. Анализ состояния лизинговых услуг и механизмы управления хозяйственными рисками предпринимательских субъектов.**

Анализ состояния и развития рынка ЛУ осуществляется на основе данных маркетинговой, финансовой и бухгалтерской отчетности, данных синтетического и аналитического бухгалтерского учета. Целью проведения анализа является обобщение, но в то же время не только наглядная и простая

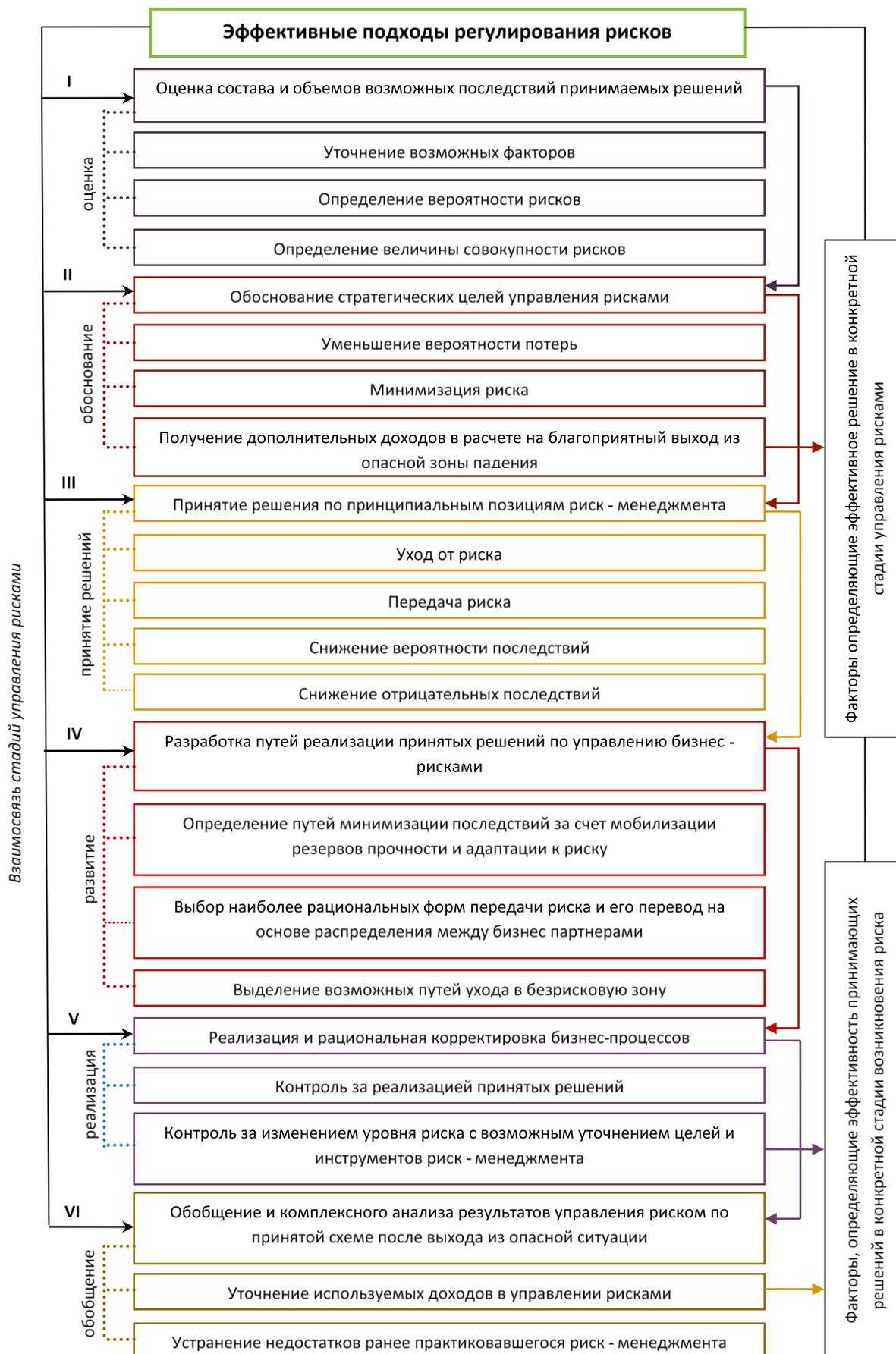
оценка лизинга и его динамики, но и более подробная характеристика развития ЛУ на перспективу.

Итак, правильный выбор цели и постановка задач анализа состояние и развитие лизинга имеют большое значение. На основе поставленной цели и с наличием точных результатов анализа можно смело описать уровень ЛД и ЛП в процессе лизинговых отношений. Тем самым следует учесть, что лизинговые отношения реализуются на основе не только грамотного управления взаимоотношениями с клиентами, но и базируется прочно на умении реализации риск-менеджмента (рис. 2.6).

Учитывая значимость в механизме регулирования рисками в процессе потребления следует поддерживаться подходу определения «рискового интереса», тем самым способствует эффективности реализации инновационных лизинговых сделок.

По нашему мнению, при реализации системы регулирования рисками лизинговых сделок должно придерживаться формированию резервов. Справедливости ради, следует отметить объективность, в частности деятельности страховой защиты лизингового договора. Вместе с этим, было бы оптимально опираться минимизации всех возможных потерь участников рынка ЛУ (рис. 2.5).

Решение данной проблемы во многом зависит и от маркетинговой концепции рынка ЛУ. В связи с этим, нами предлагается поддержка условия по формированию резервов в размере 5-20% согласно договору лизинга. Эффективной формой контроля за финансовым состоянием ЛП является перевод его счетов в банк, являющийся партнером ЛД. Целесообразность данного предложения отражается при управлении риском ликвидности ЛД, тем самым имеет вероятность влияния на экономических и временных потерях, в результате чего существует перспектива увеличения экономической эффективности.



**Рисунок 2.6. Схема регулирования рисками с учетом повышения эффективности рынка ЛУ<sup>65</sup>.**

<sup>65</sup> Составлено автором



**Рисунок 2.5. Пути минимизации рисков на рынке ЛУ  
путем страховой защиты<sup>66</sup>.**

Вместе с этим, наряду с задачами, поставленными для разработки механизма управления хозяйственными рисками при лизинговых отношениях, нами предлагаются меры по поддержке финансовых возможностей ЛП в целях повышения эффективности реализации лизинговых сделок. Финансовые возможности ЛП – это один из принципиально основных факторов поддержки предпринимательской инфраструктуры, как во всех сферах реальной экономики, так и на рынке ЛУ.

В процессе изучения результатов научных исследований, обуславливающих эффективность реализации ЛУ на нормативно-правовых основах, было установлено, что во многом они поддерживают схему требований соответствующего законодательства по регулированию лизинговых сделок, в котором в свою очередь приоритет остается за продавцами и ЛД<sup>67</sup>. В работах, касающихся исследований определения оптимального договора с учетом сбалансирования интересов участников, приоритет отдается условиям расчета лизинговых платежей, т.е. лизингового процента и ускоренной амортизации<sup>68</sup>.

<sup>66</sup> Составлено автором

<sup>67</sup> Бобохужаев С. Научный обзор: постнезависимый период развития лизинговой деятельности в Узбекистане: становление, развитие и проблемы // Архив научных исследований, т. 33. – 2020. - №09. – С. 25-34; Бозаров Ш.Т. Права и обязанности сторон договора лизинга // Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы. Сборник статей Международной научно-практической конференции (19.06.2020). – Уфа: Омега Сайнс, – 2020. – С. 138-142; Бурханова Л.М. Особенности правового регулирования договора лизинга по гражданскому праву Республики Узбекистан: вопросы применения и совершенствования // Ex jure. – 2019. - №1. – С.45-47; Бурханова, Л. Договор лизинга по гражданскому праву Республики Узбекистан: особенности правового регулирования» // Общество и инновации, т. 1. – 2020. - №09. – С. 387-95; Прудникова А.Е. Договор лизинга в системе договора аренды // Научный журнал КубГАУ. – 2014. - №104. – С. 834-845; Сахарова И.В. Правоотношения, возникающие из договоров лизинга и купли-продажи объекта лизинга. – Москва: Юстицинформ, 2013. – 440 с.

<sup>68</sup> Сечной А.И. Методы определения оптимальных параметров договора лизинга // Финансы и кредит, - № 3 (387). – 2010. – С. 51-55.

В отечественной практике вопросы достижения взаимовыгодного договора лизинга опираются на основных требованиях финансово-кредитной политики и соответствующего законодательства лизинговых отношений. В частности, при определении параметров договора лизинга первоначально требуется решение вопроса платежеспособности ЛП во избежание риска неуплаты лизинговых платежей согласно графику договора лизинга.

Одним из основ оценки платежеспособности хозяйствующих субъектов, является рейтинговая оценка по группам финансово-экономических показателей, т.е. это коэффициенты ликвидности, финансовой устойчивости, рентабельности и деловой активности<sup>69</sup>.

Придерживаясь концепции потребительской ценности ЛУ следует осознать, что в процессе установления параметров договора лизинга критерий эффективности лизинговой сделки для каждой стороны измеряется по-разному. Если для ЛД эффективность лизингового договора учитывается за весь период реализации договора в максимальной «cash flow», то для ЛП «summary costs» за весь период использования предмета договора<sup>70</sup>. Одним из наиболее точных можно назвать подход модели Альтмана Z-score, в которой предпочтение отдается определению уровня вероятности потери финансовых возможностей хозяйствующих субъектов, состоящих из трех групп: финансово устойчивые ( $Z\text{-score} > 2,6$ ), с неопределенной ситуацией ( $2,6 > Z\text{-score} > 1,1$ ) и с высокой долей вероятности потери финансовых возможностей ( $Z\text{-score} < 1,1$ )<sup>71</sup>. Данная модель разработана в целях оценки развивающихся рынков, что и дает основание для использования ее для оценки финансовой возможности ЛД на отечественном ЛУ (формула 2).

$$\mathbf{Z\text{-score} = 6,56(X_1) + 3,26(X_2) + 6,72(X_3) + 1,05(X_4) + 3,25} \quad (2)$$

---

<sup>69</sup> Соответствующие нормативные акты положений о кредитовании юридических лиц со стороны коммерческих банков; Каландарова Н.Н., Амритдинова М.Т. Рейтинговая оценка финансового состояния предприятия // Экономика и бизнес, - № 5. – 2010. – С. 51-55.

<sup>70</sup> Сечной А.И. Методы определения оптимальных параметров договора лизинга // Финансы и кредит, - № 3 (387). – 2010. – С. 51-55.

<sup>71</sup> Altman E.I. Managing credit risk: a challenge for the new millennium // Economic Notes, Vol. 31, Issue 2 (December), 2003

где,  $X_1$  – оборотный капитал к сумме активов предприятия (Working capital/Total assets);

$X_2$  – нераспределенная прибыль к сумме активов предприятия (Retained Earnings / Total Assets);

$X_3$  – прибыль до налогообложения к общей стоимости активов (Earnings Before Interest and Taxes / Total Assets);

$X_4$  – рыночная стоимость собственного капитала / бухгалтерская (балансовая) стоимость всех обязательств (Market Value Equity / Book Value of Total Liabilities);

$X_5$  – объем продаж к общей величине активов предприятия (Sales / Total Assets).

Учитывая, структуру используемых показателей в отечественной практике оценки финансового состояния потенциального заемщика (согласно положению о кредитовании юридических лиц со стороны коммерческих банков), можно заметить отсутствие принятия во внимание интересов ЛП, тем самым упуская возможность поддержки финансовой возможности, как в настоящем, так и в перспективе. В сочетании с методикой оценки Л.В.Ефименко и М.С.Савиновой<sup>72</sup>, нами предлагаются критерии оценки финансовых возможностей потенциальных ЛП и группы классов, согласно которым применяется соответствующая программа согласования параметров лизингового договора (табл. 2.2).

На основе вышеприведенной таблицы, проводятся расчеты нормативных значений параметров и группы, к которой относится ЛП, можно будет определить варианты условий параметров лизингового договора, в том числе и процентные ставки (табл. 2.3).

---

<sup>72</sup> Ефименко Л.В., Савинова М.С. Совершенствование финансового механизма заключения лизинговых сделок // Вестник МГТУ им. Г.И.Носова, - № 2(10). – 2005. – С. 21-23.

Таблица 2.2.

Показатели оценки финансовых возможностей потенциального ЛП для принятия параметров лизингового договора<sup>73</sup>.

Параметры	Коэффициенты	ранг важности	Нормативные значения			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
X <sub>1</sub>	Коэффициент текущей ликвидности	0,32	>3,0	1,5-2,0	1,0-1,5	<1,0
X <sub>2</sub>	Коэффициент автономии	0,12	>0,7	0,6-0,7	0,5-0,6	<0,5
X <sub>3</sub>	Рентабельность совокупных активов по чистой прибыли	0,03	>0,2	0,1-0,2	0-0,1	<0
X <sub>4</sub>	Коэффициент общей ликвидности	0,48	>3,0	2,5-3,0	2,0-2,5	<2,0
X <sub>5</sub>	Рентабельность товаров и услуг	0,05	>0,3	1,5-3,0	0-1,5	<0
<b>ИТОГО</b>		<b>1,0</b>				

Таблица 2.3.

Таблица определения группы потенциального ЛП и соответствующих параметров лизингового договора<sup>74</sup>.

Группа потенциального ЛП	Пороговое значение ранга важности	Параметры договора лизинга			
		условия лизингового договора	условия платежа	лизинговая ставка	срок договора
1	0,60-1,00	мягкий	фиксированные платежи с отсрочкой, увеличенные в начале	минимальная	гибкий
2	0,21-0,59	умеренный	фиксированные платежи с увеличением в начале	оптимальная	фиксированный
3	0,00-0,20	жесткий	увеличенные в начале	максимальная	укороченный

Предлагаемый подход поддерживает сбалансированность интересов участников лизинговых сделок и установления срока, пропорционально

<sup>73</sup> Выбрано автором на основе рейтинговой оценки финансового состояния предприятия предложенной Н.Н.Каландаровой.

<sup>74</sup> Выбрано автором на основе рейтинговой оценки финансового состояния предприятия предложенной Н.Н.Каландаровой.

интенсивности изменениям процентных ставок для поддержки увеличения финансовых возможностей лизингополучателей.

#### Заключение ко второй главе.

Учитывая вышеизложенные подходы и заключения пришли к следующему выводу, что необходимо методологические подходы определения целесообразности маркетинга для установления деловых связей между поставщиками объектов лизинга и ЛК и последних с ЛП.

При этом следует учитывать, что непосредственную маркетинговую оценку активных деловых связей можно осуществлять не только через количественные показатели, но и качественные. Преимущество осуществления маркетингового исследования деловой связи заключается в том, что он позволяет всесторонне рассмотреть и изучить различные аспекты деятельности как ЛП, так и ЛД и при этом не исключать деятельность посредников, таким образом выявить наличие слабых мест, которые способствуют замедлению роста активной взаимосвязи и своевременно их устранить.

Учитывая значимость в механизме регулирования рисками в процессе потребления следует поддерживать подходу определения «рискового интереса», тем самым способствует эффективности реализации инновационных лизинговых сделок.

Решение проблемы во многом зависит и от маркетинговой концепции рынка ЛУ. В связи с этим, следует поддержать условия по формированию резервов в размере 5-20% согласно договору лизинга. Эффективной формой поддержки данной задачи является внедрение опционной политики в стратегические программы бизнес-связей ЛД. Целесообразность данного предложения отражается при управлении риском ликвидности ЛД, тем самым имеет вероятность влияния на экономических и временных потерях, в результате чего существует перспектива увеличения экономической эффективности и развития рынка ЛУ в целом.

## ГЛАВА III. МОДЕЛИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ

### § 3.1. Состояние и развитие инноваций лизинговых услуг.

Наличие инновационных форм ЛУ стимулирует повышения эффективности развития рынка ЛУ. Требуемая задача формирует условие становления ЛД, не только как инвестируемого источника инновационной инфраструктуры, как на рынке ЛУ, так и на уровне государственной политики по поддержке инноваций в стране.

Данное положение подтверждается практикой хозяйственных субъектов, которые нацелены на инновационное предпринимательство. Все это дает возможность активизации роли участников рынка ЛУ в инновационной инфраструктуре (рис. 3.1).



**Рисунок 3.1. Обусловленность развития инновационных ЛУ<sup>75</sup>.**

В развитии деятельности ЛД необходимо учитывать внутренней инновационной потенциал в целях повышения эффективности коммерческой деятельности и инновационно-инвестиционной активности. Инновации по своей природе базируется на методах и инструментах, требующих организационных реформ, которые в свою очередь имеют риски, тем самым ставит задачу использования обоснованных подходов риск-менеджмента и их внедрения (приложение 4).

<sup>75</sup> Составлено автором

В свою очередь, зная признаки и виды инноваций можно создать комплекс инновационной деятельности участников рынка ЛУ. Здесь следует обратить внимание на общие услуги направленных на ЛП. В частности, вопрос касается инновационной инфраструктуры участников лизинговой сделки, тем самым совершенствуя механизм формирования комплекса инновационной деятельности рынка ЛУ (приложение 5).

Комплекс формирования инновационной деятельности рынка ЛУ нацелена на повышение уровня доходности и улучшить уровень финансовых показателей.

Обычно дополнительные услуги позволяют ЛД способствовать решению экономических задач ЛП по выполнению всего проекта. Однако и при этом остается нерешенным экономические аспекты имеющие важное значение для определения и обоснования дополнительных ЛУ:

- обоснование эффективности от внедрения дополнительной ЛУ;
- обоснование целесообразности привлечения к выполнению операций, сопутствующих лизинговому процессу заинтересованных лиц (т.е. предприятия, организации).

Все функциональные разнообразие разделов модели дополнительное лизинговое комбинирование и сопутствующих лизинговому процессы комплекса лизинговой инновационной деятельности находит экономические выражение услуг и дает основание определить его как совокупность форм финансового лизинга и сопряженных с ними дополнительных ЛУ услуг.

Как бы то ни было, но в системе лизинговых отношений важное место занимает финансовый лизинг, который предусматривает сдачу в лизинг имущества на длительный срок и полное возмещение стоимости его пользования, а также придерживается к таким задачам, как: отбор потенциальным ЛП (предприятием) необходимого имущества; согласование с его производителем (продавцом) цены и сроков поставки; оплату имущества ЛД (ЛК) и получение финансирования (приложение 6).

Рассмотрим более подробно, в нашей экономической литературе существуют термины оперативный и финансовый лизинг, отражая особенности

их организации и учета (приложение 7). При этом в зависимости от условий использования имущества имеет место лизинг, как с полной, так и с неполной амортизацией.

В экономической литературе финансовый лизинг преподносится как ускоренная амортизация лизингового имущества, которая может предусматриваться по соглашению сторон в договоре лизинга с последующим уведомлением об этом налоговых органов. Формирование амортизационных фондов создает реальные условия для ускоренного восстановления и обновления производственных мощностей предприятий<sup>76</sup>.

Лизинг с неполной амортизацией по своему содержанию отвечает параметрам оперативного лизинга. Преимущество этого вида лизинга в сравнении с другими его видами и обычными формами хозяйственных отношений состоит именно в предоставлении широкого спектра сопутствующих высокопрофессиональных услуг, оказываемых пользователю ЛД с возможным участием и самого производителя имущества. Несомненно, такая форма взаимодействия участников лизинга способствует улучшению эксплуатационных возможностей используемого имущества. Это означает, что имущества лизинга на каждом этапе производственного цикла могут предусматриваться и соответствующие виды сервисных услуг (приложение 8).

В зависимости от конкретных условий ЛУ осуществляют: ЛД, имеющие специфику оказания сервисных услуг; производители имущества, их филиалы; специализированные сервисные организации, контролируемые ЛД; ЛД имущества.

При этом следует отметить, что выбор автономной формы организации сервисного обслуживания определяется особенностями имущества лизинга, договорными условиями взаимодействующих субъектов, кадровыми и другими возможностями.

---

<sup>76</sup> Горемыкин В.А. Лизинг. – М.: корпорация «Дашков и Ко», 2003. – 994 с; Газмана В.Д. Финансовый лизинг. – М.: ГУВШЭ, 2003.

Необходимый набор сервисных услуг, в системе полного лизинга предусматривает гарантийного обслуживания используемого имущества. Проявляется это в снабжении ЛПП запасными частями, в эффективности создание обменных фондов (запаса) важнейших узлов и деталей, необходимых для бесперебойной работы имущества и для нормальной жизнедеятельности ЛПП. Такой вид лизинга неполного набора услуг, который предполагает заранее согласованное разделение функций по техническому обслуживанию имущества между сторонами договора.

Исследование таких условий позволит проследить за динамикой изменений в составе элементов лизингового объекта, видов лизингового сервиса, выявить направления в их формировании, которые целесообразно учитывать при определении резервов повышения эффективности использования ЛУ.

### **§ 3.2. Необходимость совершенствования маркетинговых исследований рынка инновационных лизинговых услуг**

Процесс оказания инновационных ЛУ становится менее предсказуемым, что нередко негативно влияет не только на устойчивость ЛПП, но и на уязвимость всего лизингового отношения ЛПП. Поэтому постоянное изучение лизингового рынка и лизинговых сделок, хорошее знание работниками ЛД специфики создаваемых ими элементов лизинга или услуг, умелое прогнозирование развития и определение перспектив развития рынка приобретают особую актуальность. Большое значение при этом имеет учет внешних и внутренних факторов, влияющих на уровень уязвимости лизинговых операций ЛПП<sup>77</sup>.

Исследование факторов развития рынка ЛУ позволяет проследить за динамикой изменения элементов лизингового объекта, что может обеспечить в сжатые сроки обновлять и формировать основные фонды, активно проводить инновационно-инвестиционную политику, стимулируя предпринимательскую деятельность предприятий без привлечения дополнительных ресурсов, что

---

<sup>77</sup> Мурадова, Н.У. Значимость маркетинговых исследований на рынке инновационных лизинговых услуг / Н.У. Мурадова // Европейский журнал экономических наук и управления. – 2016. – № 4. – С. 8-11.  
<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28910184>

требует проведения маркетинговых исследований лизинговых операций. Это связано с тем, что в настоящее время многие ЛД и ЛП испытывают растущую потребность в конкурентоспособных маркетинговых стратегиях, которые должны основываться на изучении состояния лизинговых рынков и сбыта лизингового оборудования или оказываемых ими услуг.

Механизм регулирования лизинговых операций в Узбекистане во многом связан с уровнем развития маркетинга и устойчивой концепции маркетингового исследования в реальном секторе экономики, способным снизить риски заемщиков на разных стадиях реализации инновационно-инвестиционных проектов. Устойчивая концепция, которая должна поддерживаться составителями лизинговой сделки, должна составляться в зависимости от их финансового состояния. Поэтому реализация комплекса маркетинговых исследований в рамках осуществляемых лизинговых сделок должна базироваться на комплексе взаимосвязанных эффективных действий ЛД и ЛП. Особенности эффективных их действий заключается в: необходимости, наряду с мониторингом и контролем его реализации, создания условий для рентабельной работы ЛК в рамках лизингового рынка; обеспечении их ликвидности; максимальном удовлетворении потребностей ЛП, структуре и качестве ЛУ в целях достижения максимальной устойчивости деловых связей между ЛД и ЛП<sup>78</sup>.

Изменения, которые происходят в деятельности ЛД и ЛП в условиях цифровизации и трансформации, реальная хозяйственная ситуация в стране требуют от ЛК в процессе выделения и реализации лизинга принимать во внимание качество проведения ЛП маркетинговых исследований и знание ими реальных потребностей ЛП, т.е. юридических и физических лиц. Во многих научных работах делается акцент на ориентацию универсализации деятельности ЛК, установление внешних коммуникаций, конкурентоспособности ЛК, отток капиталов по результатам тенденций и развития рынка лизинговых услуг<sup>79</sup>.

---

<sup>78</sup> Мурадова, Н.У. Значимость маркетинговых исследований на рынке инновационных лизинговых услуг / Н.У. Мурадова // Европейский журнал экономических наук и управления. – 2016. – № 4. – С. 8-11.

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28910184>

<sup>79</sup> Ильясов С.М. Денежно-кредитный механизм развития региона. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 216 с.

В нынешних условиях факторами, влияющими на продвижение на рынке лизингового оборудования и ЛУ, являются ценность оборудования лизинга или ЛУ, их качество, стоимость и возможность предложения услуг по сравнению с конкурентами.

Целью ЛД должна быть постоянная оценка изменений экономической конъюнктуры и увеличение своей доли на рынке ЛУ, расширение лизинговой сделки, и в конечном итоге рост получаемой прибыли от лизинговой сделки.

В центре же внимания ЛД должен быть не только контроль за использованием лизингового оборудования и погашением по ним выплат, но и вопросы оценки качества лизингового инновационного оборудования и прогнозирования уровня ее продвижения на рынке ЛУ. Реализация данной проблемы призвана обеспечить качественно новый подход к кредитованию лизингового оборудования, направленный на снижение уровня затрат как ЛД, так и ЛП.

Прозрачность эффективности рассматриваемой проблемы связано с модернизацией всех аспектов маркетинговой работы, содержание и цели которой должны существенно измениться под влиянием усиливающейся конкуренции на рынке ЛУ и модифицируемых отношений между ЛД и ЛП.

Принципиально новым элементом маркетинговой деятельности ЛК должен стать анализ рыночных возможностей ЛД, который основывается на проведении системных маркетинговых исследований рынка ЛУ. Маркетинговые исследования рынка ЛУ могут включать в себя изучение рынка в целом и его отдельных сегментов, на которых обращаются лизинговое оборудование, предоставляемое ЛП под инвестиционные проекты. Как показывает анализ опыта рыночно развитых стран, проводимые ЛК маркетинговые исследования должны строиться исходя из миссии и избранной стратегии развития деятельности субъекта хозяйствования. Учитывая избранные приоритеты, руководством ЛК должны ставиться конкретные задачи перед специалистами ЛК, которые осуществляют сбор и анализ информации о рынке ЛУ, конкурентах, имеющихся на рынке оборудования и услугах и т.д. Однако

проработки отдельных вопросов маркетинговых исследований и мероприятий может быть различной в зависимости от масштаба деятельности ЛК, общей стратегии его развития и вопросами маркетинга и маркетингового исследования. Принципиальным отличием наиболее конкурентоспособного оборудования, машин и др., входящих в лизинговые сделки выступает первоочередная ориентация организаторов ЛУ на реальные потребности ЛП. Исходя из этого, их маркетинговая деятельность на рынке ЛУ начинается с изучения потребностей ЛП, а завершается приобретением ими лизингового оборудования и удовлетворением реальных потребностей. Поэтому нужно тщательное изучение рынка ЛУ, анализ изменяющегося спроса ЛП, а также учет этих изменений в ходе реализации лизингового оборудования. В условиях усиливающейся конкуренции усилия ЛД должны быть направлены на своевременное налаживание каналов сбыта предмета лизинга. При этом ЛК должны как можно шире использовать как собственные, так и несобственные каналы сбыта предмета лизинга. К числу первых можно отнести возможность сбыта предмета лизинга через головные отделения ЛК, линейные филиалы в городах и районах республики, а также через имеющиеся в их составе маркетинговые подразделения. Ко вторым следует отнести сбыт предмета лизинга посредством основания дочерних фирм, участия в капитале других коммерческих услуг, а также использование услуг специализированных маркетинговых фирм, средств массовой информации и т.д. Помимо этого для налаживания каналов сбыта предмета лизинга могут предложить лизингополучателям-клиентам использование потенциала головных офисов, отделений и филиалов ЛК, а также получающих все более широкое применение мини-филиалов ЛК и информационных центров ЛУ в форме информационных киосков и других каналов связи, обслуживание по телефону, ЛУ по месту нахождения ЛП. Цель осуществляемой с помощью филиалов ЛК эффективной маркетинговой деятельности на рынке ЛУ заключается в обеспечении оптимальной скорости продвижения лизингового оборудования – от момента производства до получения ЛП. При этом сочетались бы наиболее выгодные темпы

предоставляемых услуг и оборачиваемости предмета лизинга – оборудования, машин и др. ЛК, а также минимальные затраты на их доставку и использование, с одной стороны, а с другой – способностью полностью и своевременно удовлетворять спрос лизингополучателей-клиентов<sup>80</sup>.

Активная деятельность ЛК по продвижению предметов инновационного лизинга согласно лизинговой сделки или услуг будет предопределяться<sup>81</sup>:

- значимостью предоставляемых инновационно-лизинговых услуг для ЛП;
- ценами на предметы инновационного-лизинга;
- удобством использования предмета инновационного-лизинга или услуг;
- качеством и уровнем устойчивого обслуживания предмета инновационно-лизинга или услуг;
- репутацией и имиджем ЛК в деловом мире.

В условиях развития стратегии маркетингового исследования должны меняться и отношения ЛК со своими лизингополучателями-клиентами. Если ранее он предлагал им стандартный набор оборудования или услуг, то сейчас вынужден постоянно разрабатывать новые виды ЛУ, которые адресованы конкретным субъектам – крупным фирмам, предпринимателям или мелким предприятиям, отдельным категориям физических лиц и т.д. В целях удержания и увеличения доли на рынке ЛУ или услуг специалистам ЛК необходимо осуществлять постоянную сегментацию рынка ЛУ путем их анализа и возможных клиентов по определенным характеристикам, которые предлагают отдельным сегментам востребованные ими оборудования или ЛУ и занимаются расширением их видов и повышением качества. Клиенты ЛК должны для определения своих реальных преимуществ, по сравнению с возможностями конкурентов ЛК стремиться к поиску наиболее подходящих им сегментов рынка ЛУ, выявлять конкретных ЛП, в отношении которых должны проводиться

---

<sup>80</sup> Мурадова Н.У., Бегматов Х.А. Рынок лизинговых услуг Узбекистана и маркетинговые подходы его исследования (63-67) // Евразийский Союз Ученых. DOI: 10.31618/ESU.2413-9335.2019.8.63.199. <https://euroasia-science.ru/>

<sup>81</sup> Мурадова Н.У. Сервисные услуги как элемент инновационной маркетинговой деятельности лизингодателей // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики: Материалы VIII Международной научно-практической конференции, Тамбов, 17–18 апреля 2019 года / Ответственный редактор А.А. Бурмистрова. – Тамбов: Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, 2019. – С. 488-493. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37659534>

интенсивные маркетинговые исследования. В основе сегментации рынка ЛУ должны лежать содержание и характер создаваемых ЛУ, клиентурный признак (юридические и физические лица, предприятия), а также географическая, демографическая, психокультурная и поведенческая сегментация. Следовательно, по результатам проведенных маркетинговых исследований рынка инновационных ЛУ должны строиться кривые спроса и предложения, проводиться позиционирование лизингового оборудования или ЛУ, служащие основой для формирования конкурентоспособной стратегии сегментации рынка ЛУ и стратегии ценообразования данного оборудования. Таким образом, качественное формирование инновационных лизинговых сделок должно начинаться с принятия взвешенных бизнес-планов, которые характеризуют не столько виды или этапы деятельности ЛП, сколько его цели и стратегию освоения рынка лизинга или услуг. Если ЛП выбрал их правильно, он может использовать самые разные формы организации работы по реализации лизингового оборудования в зависимости от конкретных внутренних обстоятельств и тех внешних условий, в которых осуществляет свою деятельность ЛП<sup>82</sup>.

Отсюда можно сделать вывод, что ныне возрастает роль и значение научно обоснованной маркетинговой стратегии. Ибо от ее умелой реализации зависят конечные результаты ЛК, как организатора составления основ инновационной лизинговой сделки.

Изучение и внедрение ЛК методов современного маркетинга, широкое внедрение маркетинговых исследований в практику работы, создание широкой сети специализированных маркетинговых микросубъектов становятся необходимыми атрибутами эффективной лизинговой деятельности и залогом снижения уровня уязвимости лизинговых сделок отечественных субъектов, как ЛД, так и ЛП.

---

<sup>82</sup> Мурадова Н.У. Сервисные услуги как элемент инновационной маркетинговой деятельности лизингодателей // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики: Материалы VIII Международной научно-практической конференции, Тамбов, 17–18 апреля 2019 года / Ответственный редактор А.А. Бурмистрова. – Тамбов: Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, 2019. – С. 488-493. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37659534>

Маркетинговое исследование инновационного развития ЛУ, как правило, исходят из разграничения двух исторически сложившихся и хорошо изученных моделей использования имущества на условиях аренды и на условиях лизинга. При этом отождествление аренды с лизингом приводит к резкой поляризации взглядов на проблему выбора пути развития и характер проводимых мероприятий модернизации экономики<sup>83</sup>.

В отечественной литературе на дискуссии по данным вопросам воздействует переплетение экономических и сущностных подходов. Можно выделить три фактора, оказывающих влияние на формирование типологии экономического мышления.

1. Расположенность республики в геополитической зоне, решаемая уже длительный период проблема, с одной стороны, ВТО, а с другой – евразийства. Соответственно в экономических исследованиях маятник воззрений колеблется от имитационных концепций развития по типу западных стран, «модернизации» до теорий усиления альтернативных реактивных начал «японского чуда» и т.д.

2. Место республики в группе страны «догоняющей индустриализации» и серьезное отставание от технологических лидеров. В данном аспекте наиболее сильно проявляются разногласия по поводу выбора инновационной модели развития. Некоторые ученые трактуют технологическое отставание как причину невозможности дальнейшего движения экономики в русле импортозамещающей модели опирающейся, прежде всего, на развитии инновационных ЛУ<sup>84</sup>. Другие исследователи акцентируют внимание на возрастании зависимости Республики от мирового хозяйства в случае полной открытости ее экономики для внешних лизинговых отношений<sup>85</sup>.

---

<sup>83</sup> Мурадова Н.У., Бегматов Х.А. Рынок лизинговых услуг Узбекистана и маркетинговые подходы его исследования (63-67) // Евразийский Союз Ученых. DOI: 10.31618/ESU.2413-9335.2019.8.63.199. <https://euroasia-science.ru/>

<sup>84</sup> Ахмадиева А. Лизинговые инвестирование // Рынок, деньги и кредит. 2003. - №3. – С.25-28; Утамалиева Ш. Развитие лизингового бизнеса // Рынок, деньги и кредит. 2003. - №9. – С.29.

<sup>85</sup> Носиров Э.И. Основы лизинга: учеб.пособие для уч-ся ССУ и ПК экономического профиля/Носиров Э.Н., Хужамкулов Д.Ю, Маматов Б.С. МВ и ССО РУз. Центр ССПО. – Т.: Тасвир, 2008. – 144 с.

3. Тенденция к сдвигу границ Республики на северо-восток: стимул для обострения разногласий между сторонниками различных моделей, выведения дискуссий на экономический уровень.

В модели экономического развития имеются единое мышление, например, в сравнении аренды и лизинга, тем самым обратить внимание потенциальных ЛД. Примером такого подхода разумеется стала, наблюдающийся за последние 5-10 лет, не только экономического роста, но и финансовых результатов – прибыли (дохода). Из самого названия последнего не трудно заметить, что преследуется цель получения синергетического эффекта от потребления ЛУ со стороны ЛД, так и со стороны ЛП.

Понимание модели как стадии, необходимой для сохранения динамики развития национального хозяйства в русле мировых тенденций имеет важное значение. Для экономики рыночно развитых стран ЛУ рассматриваются лишь как ступень, на которой происходят адаптация и стандартизация нововведения. На стадии экспорта во многих случаях возникают качественно новые характеристики лизингового оборота, позволяющие отнести его к новому базовому лизинговому нововведению, имеются в виду новые лизинговые объекты.

Государство должно активнее стимулировать процесс лизинга нововведений в экономической структуре. После чего не остается потребность во внедрении отдельных рекомендаций экономистов, утверждающих о необходимости «...в законодательном порядке разрешить самостоятельно использовать нормы ускоренной амортизации лизингового оборудования, законодатель решить вопрос об исключении из налогооблагаемой базы фактических сумм амортизации, превышающих двукратный размер установленной нормы амортизации»<sup>86</sup>.

С учетом вышесказанного, и сегодняшними требованиями экономики в вопросах трансформации, в частности формирования цифровой экономики нами

---

<sup>86</sup> Утамалиева Ш. Развитие лизингового бизнеса//РДК, - 2003. – №9. – 29 с.; Турсунходжаев Н., Мусаев Н. Развитие лизинга в Узбекистане // РДК, - 2006. – №6. – 26 с.

был разработан проект, учитывающее политику бизнес-партнёрства с перспективой развития активности деятельности участников и повышения конкурентоспособности ЛД. Данный проект рассматривает практические рекомендации по развитию лизинговых отношений на рынке ЛУ посредством информационной программной продукции в виде платформы интерактивного цифрового маркетплейса направленного на формирование маркетинговой информационной системы среди участников рынка ЛУ.

Проект информационной технологии с учетом сегодняшних требований экономики в вопросах трансформации, в частности формирования цифровой рынка ЛУ при помощи LCDB (Leasing Customers Database) – это как интерактивный цифровой маркетплейс, учитывает политику бизнес-партнёрства с перспективой развития активности деятельности участников и повышения конкурентоспособности ЛД (рис. 3.2).

Запуск интерактивного цифрового маркетплейса LCDB может позволить обмену информацией о между участниками рынка ЛУ, повысить качество обслуживания, оптимизировать трудовые и временные затраты и обеспечить в принятии решения вопросов финансовой грамотности и финансовой доступности, тем самым определено налаживание связи с Лизинговой Ассоциацией Узбекистана. А также в режиме on-line и off-line, клиент всегда может связаться с ЛК, или же оставить сообщение, вне рабочего времени.

Интерактивный цифровой проект маркетплейса LCDB преследует следующие цели: использовать возможность IT; предоставлять клиентам особо ценное сочетание ЛУ с IT; своевременный сбор информации о потребности клиентов и его анализ для разработки стратегии маркетинга ЛК; повышение качества услуг и разработка инновационных ЛУ.



**Рисунок 3.2. Схема конфигурации интерактивного цифрового маркетплейса LCDB<sup>87</sup>.**

При реализации проект интерактивного цифрового маркетплейса LCDB на рынке ЛУ обеспечит: высоко технологичность; коммуникабельность; своевременное решение вопросов и требований клиента; умение эффективно разработать подход к каждому клиенту; высокоскоростные операции обновления данных; возможность мониторинга в течении выполнения условий договора; комплексное использование системы CRM; сокращение расходов на маркетинговые мероприятия и времени; непрерывность маркетингового контроля; своевременную возможность проведения маркетингового анализа.

<sup>87</sup> Разработано автором

### **§ 3.3. Модель стратегического развития субъекта инновационной инфраструктуры лизинговых компаний с учетом концентрации рынка лизинговых услуг**

Свыше ста соответствующих организаций успешно работают в сфере предоставления услуг финансовой аренды (лизинга) в Узбекистане. Инфраструктура ЛД поддерживается Лизинговой Ассоциацией Узбекистана начиная с 2000-х годов. По сей день ассоциация работает над совершенствованием лизинговых отношений и трансформацией лизинговой отрасли.

Полагать, что лизинговый рынок считается развитой, точка зрения одностороннее, даже если рынок ЛУ имеет заметные прогрессирующие результаты. По данным ассоциации, национальный рынок ЛУ имеет положительный рост, причиной этому служат государственные программы (указы и постановления правительственных органов), поддерживающие ЛД, наличие потребности на ЛУ в стратегически важных отраслевых сегментах (такие как сельскохозяйственная отрасль, строительство, транспортная сфера и т.д.) и появление новых игроков на рынке. Маркетинговые вопросы, рассматриваемые ассоциацией фокусированы в основном на поддержку информационно-коммуникационной политики ЛД, формирование бизнес-связей между участниками лизинговых отношений, разработка политики финансового обеспечения и т.д.

Несмотря на принимаемые меры, в работе отмечается, что рынок ЛУ имеет ряд задач, затрагивающих вопросы перспективного развития и его конкурентоспособности.<sup>88</sup> Поэтому во многих научных исследованиях, с учетом не однотипности лизинга и его специфики рынок ЛУ проходит определённые этапы развития (рис. 3.3).

---

<sup>88</sup> Газман В.Д. Лизинг: статистика развития. Уч. пособ. – М.: ГУ ВШЭ., 2008. – 591 с.; Горемыкин В.А. Антикризисный лизинг//Вопросы региональной экономики, №2(23), 2015. – С. 99-111.



**Рисунок 3.3. Этапы развития рынка лизинговых услуг<sup>89</sup>**

В целях научной обоснованности определения дальнейшего сценария развития рынка ЛУ, мы посчитали необходимым изучить концентрацию рынка ЛУ Узбекистана.

Понятие концентрация рынка для маркетинга имеет немаловажное значение в процессе оценки маркетинговой макросреды, входящий в состав правовых факторов, так как они могут ограничивать и направлять маркетинговую деятельность любого предприятия и оказывают влияние на принятие общехозяйственных решений.

При этом важно подчеркнуть, что понятие «концентрация рынка» для маркетинга – это не особая форма или вид регулирования, предполагающая совпадение результативного интереса ЛД и ЛП. Такое толкование понятия «концентрация рынка» неправомерно, поскольку термин «концентрация рынка» лизинга подразумевает легкие противоречия между объектом лизинга и ЛП, которые разрешаются на основе приоритетов направления лизингового субъекта над объектом лизинга до принятия решения ЛП, также при возможности применения экономического принуждения по отношению лизингового объекта. При этом одним из главных принципов регулирования лизинговых отношений должно являться то, что приоритетным считается интересы более общего порядка.

Таким образом, наиболее важным в понятии «концентрации рынка» лизинга является то, что она возникает, во-первых, при наличии личных интересов ЛД, во-вторых, если подобный интерес ради чисто конечных результатов совместно, т.е. ЛД и ЛП, чем каждому в отдельности.

<sup>89</sup> Василенко М.Е., Ячменева А.С. Этапы развития рынка лизинговых услуг в России//АНИ: экономика и управление. 2018. №2 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-razvitiya-rynka-lizingovyh-uslug-v-rossii> (дата обращения: 10.03.2020).

Следует также иметь в виду, что «уровень концентрации» в широком смысле слов, как отмечают, Вайпан В., Егорова М., Кинёв А., Петров Д., Габов А. является не только количественным показателем концентрации рынка, который характеризует рыночные приоритеты отдельных субъектов, но и показателей количества предприятий-конкурентов, с учетом рыночной доли действующих на релевантном рынке (выделено нами – Н.М.)<sup>90</sup>.

Уровень конкуренции в зарубежной практике имеет богатый опыт по применению нормативов с учетом показателей конкуренции и монополизации рынка. Например, в США органы государственной власти действуют в зависимости от показателей рыночной власти одного или нескольких предприятий. Следовательно, США измеряет рыночную власть посредством коэффициента концентрации, тем самым измеряя долю крупнейших предприятий в отраслевом объеме производства. Уровень концентрации увеличивается в соответствии с отсутствием конкуренции, и наоборот при развитой конкуренции уровень приближается к нулю<sup>91</sup>.

Согласно инструкциям Антимонопольного комитета Республики Узбекистан, монопольной является та компания, которая может оказать влияние на состояние конкуренции, затруднять доступ на соответствующий рынок другим хозяйствующим субъектам или иным образом ограничивать свободу их экономической деятельности<sup>92</sup>.

В практике регулирования лизинговых отношений, доминирующим признается положение тех ЛД, чья доля к стоимости объекта, предоставляемого в лизинг, составляет 50% и более или находится в пределах 35-50%. Согласно этого подхода величине рекомендуется установить следующие условия вхождения на рынок: если в течении 1го года и более доля ЛД в общей сумме стоимости лизинга составит от 35-50%; если на рынке ЛУ отсутствуют другие конкуренты с долей к общей стоимости лизинга составит свыше 20%; тем самым

---

<sup>90</sup> Вайпан В., Егорова М., Кинёв А., Петров Д., Габов А. Экономическая концентрация: опыт экономико-правового исследования рыночных и юридических конструкций. Монография. М.: ЮСТИЦИНФОРМ, 2016. – 210 с.

<sup>91</sup> Газман В. Д. Лизинг: статистика развития. Учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 593 с.

<sup>92</sup> По пресс-данным из официального сайта Антимонопольного комитета Республики Узбекистан. <https://antimon.gov.uz/>.

надо дать возможность вхождения на этот рынок в качестве нового конкурента. Решение данного вопроса объяснит рост количества участников рынка ЛУ.

Еще более прозрачным в этом контексте является на наш взгляд, формирование резервов в размере от 5 до 20% от стоимости договора лизингового объекта. Это даст возможность более эффективно управлять риском ликвидности ЛД. Наряду с этим было бы более объективным дать им возможность в нынешних условиях страховать риски ликвидности.

Внедрение данного предложения в рамках лизинговых отношений даст возможность в:

- изменении стоимости объекта лизинга и страховых организации, которым конечным результатом будет являться не прибыль, а доход (дивиденд) от суммы депозита, что будет способствовать получению синергетической прибыли;
- введение более низких (по сравнению с уровнем 2020 года) налогообложения прибыли ЛД по отношению суммы вложений в депозит;
- освобождение как ЛД, так и ЛП от уплаты налогов, если объектом является инновационный лизинговое оборудование. Это даст возможность поднять их прибыль в рамках установленных льгот.

В большинстве стран в расчетах уровня концентрации ставит условие ограничения количества предприятий, при этом ранжируя их по показателям доли стоимости, например, если в США рассчитываются доли первых четырех, восьми или двадцати компаний, то в Англии, Канаде в Англии, Канаде, Германии – определяются доли первых трех, шести, десяти компаний<sup>93</sup>.

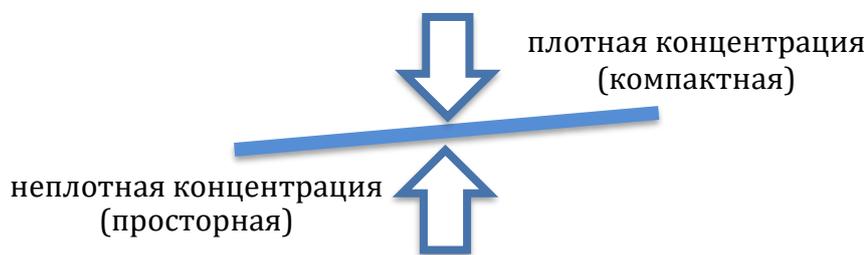
Вопрос анализа степени концентрации в работах П.Самуэльсона и В.Нордхауза оценивается в зависимости степени концентрации от общего объема, то есть высокая степень концентрации превышает 60%, тогда как доля определенных количеством предприятий составляет менее 20% при низкой концентрации рынка<sup>94</sup>.

---

<sup>93</sup> Газман В. Д. Лизинг: статистика развития. Учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 593 с.

<sup>94</sup> Самуэльсон, П. Экономика / П. Самуэльсон, В. Нордхауз; пер. с англ. – М.: «Вильямс», 2015. – 1360 с.

Другой экономист, касаясь данного вопроса рассматривая концентрацию рынка лизинга классифицирует уровень концентрации рынка в зависимости от совокупной рыночной доли первых четырех ведущих игроков рынка (рис. 3.4).



**Рисунок 3.4. Концентрация рынка в зависимости от совокупной рыночной доли четырех лидирующих игроков по У.Шепарду<sup>95</sup>.**

Рост концентрации, как отмечает российский экономист В.Д.Газман, становится причиной для образования монополии, в следствии чего теряется безупречность эффективности от отдачи ресурсов. Углубив исследования вопрос о концентрации рынка В.Д.Газман считает, что во-первых, концентрация не является достаточным условием монополизации рынка; во-вторых, отрасли создают сложную инновационную продукцию, т.е. обеспечивают тем самым потребителя инновационно качественной продукцией (выделено нами – Н.М.)<sup>96</sup>.

Основываясь на вышеизложенных мнениях, мы решили провести оценку концентрации рынка ЛУ Узбекистана. Для начала составили таблицу показателей, который будут использованы в целях анализа рыночной концентрации продавцов-лизинга (табл. 3.1).

**Таблица 3.1.**

**Показатели объема лизингового портфеля за 2018-2019 год<sup>97</sup>.**

<i>Наименование ЛД</i>	<i>Объем лизингового портфеля, в млн.сум</i>		<i>Рыночная доля ЛД к общему рынку ЛУ</i>	
	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>
Global Leasing Group	16 663,4	386,6	0,42%	0,01%
Aloqa Bank	1 651,5	1 300,9	0,04%	0,02%
Universal Bank	2 359,8	2 034,0	0,06%	0,04%
Intermed Leasing	2 645,0	2 720,0	0,07%	0,05%
UzMed Leasing	1 934,0	3 688,0	0,05%	0,07%
Leasing and Rent Gulistan	1 479,0	3 926,0	0,04%	0,07%

<sup>95</sup> William G. Shepherd, Market Power and Economic Welfare, - New York: Random House, 1970. - pp. 140-141.

<sup>96</sup> Газман В.Д. Лизинг: статистика развития. Учебное пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 593 с.

<sup>97</sup> Расчет произведен опираясь на данные Лизинговой Ассоциации Узбекистана за 2018 и 2019 годы

Avto Lider Lizing	6 088,0	5 653,1	0,15%	0,11%
Mikro Kredit Bank	4 873,9	6 152,2	0,12%	0,12%
Kapital Bank	74 071,9	6 470,0	1,86%	0,12%
Feron Leasing	6 294,1	6 478,8	0,16%	0,12%
Baraka Leasing	8 945,7	6 603,6	0,22%	0,13%
West Techno Leasing	8 963,0	10 241,0	0,23%	0,19%
Turon Bank	9 849,3	11 932,0	0,25%	0,23%
Davr Bank	10 376,3	13 334,4	0,26%	0,25%
Soft Leasing	9 523,0	14 611,1	0,24%	0,28%
AloqaLizing	21 477,4	23 645,0	0,54%	0,45%
Ipak Yo'li Bank	19 579,0	24 268,1	0,49%	0,46%
Hamkormazlizing	19 578,2	28 966,6	0,49%	0,55%
Asaka Trans Leasing	24 152,0	30 341,3	0,61%	0,58%
KDB	72 285,5	33 672,6	1,82%	0,64%
Trast Leasing	33 685,7	34 396,0	0,85%	0,65%
Premier Class Leasing	33 824,4	36 780,0	0,85%	0,70%
Infin Leasing	33 270,4	41 721,6	0,84%	0,79%
Hamkor Invest Leasing	30 643,2	42 891,4	0,77%	0,81%
Trust Bank	60 323,5	49 088,5	1,52%	0,93%
China Leasing Group	88 884,0	59 197,0	2,23%	1,12%
Orient Finance business	63 088,7	64 484,0	1,59%	1,22%
Taiba Leasing	81 077,0	64 559,4	2,04%	1,23%
Qishloq Qurilish Bank	63 627,6	65 911,9	1,60%	1,25%
Artum Leasing Group	25 925,5	77 703,1	0,65%	1,47%
Barqaror Leasing	68 770,8	86 300,1	1,73%	1,64%
Orient Invest Group	81 383,4	88 903,0	2,05%	1,69%
Fincom	5 873,4	171 127,2	0,15%	3,25%
Uz Psb Bank	198 343,3	199 040,5	4,98%	3,78%
Nano Lizing	58 176,7	225 514,3	1,46%	4,28%
Ipoteka Bank	71 757,8	232 886,3	1,80%	4,42%
O'zavtosanoat Leasing	238 577,0	291 606,5	6,00%	5,53%
Asaka Bank	278 378,9	326 677,0	7,00%	6,20%
Qurilishmashlizing	128 129,2	372 069,3	3,22%	7,06%
Uzbek Leasing International	341 795,0	414 172,9	8,59%	7,86%
O'zmeliomash Leasing	476 549,0	485 642,0	11,98%	9,22%
O'zagro Leasing	1 192 002,6	1 601 966,0	29,96%	30,40%
<b>ИТОГО</b>	<b>3 976 877,05</b>	<b>5 269 063,23</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

В целях научной обоснованности определения дальнейшего сценария развития рынка ЛУ в диссертационной работе были обоснованы механизмы концентрации рынка ЛУ Узбекистана согласно индекса Херфиндия-Хиршмана рыночной концентрации за последний период. В рамках его отечественный рынок ЛУ свидетельствует о высоконцентрированности индексов, но при этом имел не сильно статистический характер:  $НИ_{2018}=1276$ ;  $НИ_{2019}=1271$ .

Опираясь на данные Лизинговой Ассоциации Узбекистана для анализа рыночной концентрации ЛУ были отобраны десять топовых, имеющие более половины рыночной доли (табл. 3.2).

**Таблица 3.2.**

**Объем лизингового портфеля топовых ЛД за 2018-2019 год, в млн. сум<sup>98</sup>.**

№	Наименование топовых ЛД	Объем портфеля, млн. сум		Разница, +/- млн. сум	Индекс концентрации, %	
		2018	2019		CR <sub>2018</sub>	CR <sub>2019</sub>
1	ООО Fincom	5 873,4	171 127,2	165 253,8	0,1	3,2
2	АКБ SQB	198 343,3	199 040,5	697,2	5,0	3,8
3	ООО Nano Lizing	58 176,7	225 514,3	167 337,6	1,5	4,3
4	АКИБ Ipoteka Bank	71 757,8	232 886,3	161 128,5	1,8	4,4
5	ЛК ООО O'zavtosanoat-Leasing	238 577,0	291 606,5	53 029,5	6,0	5,5
6	АКБ Asaka Bank	278 378,9	326 677,0	48 298,1	7,0	6,2
7	АО РСЛК Qurilishmashlizing	128 129,2	372 069,3	243 940,1	3,2	7,1
8	АО Uzbek Leasing International	341 795,0	414 172,9	72 377,9	8,6	7,9
9	ГУП O'zmeliomashlizing	476 549,0	485 642,0	9 093,0	12,0	9,2
10	АО O'zagroleasing	1 192 002,6	1 601 966,0	409 963,4	30,0	30,4
	<b>ИТОГО</b>	<b>2 989 582,9</b>	<b>4 320 702,0</b>	<b>1 331 119,1</b>	<b>75,1</b>	<b>82,0</b>

Основываясь на показателях основных топовых продавцов ЛУ, в работе был проведен расчет определения индекса концентрации – CR, т.е. характеризующего доли топ 10-крупных игроков в общем объеме лизингового портфеля, где было определено, что за 2018 год CR составил 75,1%, и за 2019 год 82%. Данный индекс показывал заметный рост высокой концентрации за анализируемый период.

Хотя концентрация является важной проблемой для обеспечения роста деятельности игроков рынка ЛУ расчет его в рамках индекса концентрации представляет собой расчетную суммарную величину и тем самым отрицает в прямом смысле слово структуру распределения между компаниями, которые включены при расчете индекса концентрации. Хотя подобная индексация концентрации не учитывается, например, если в США как приоритетного показателя при расчете индекса используется, а вместо него прибегают к использованию собственного расчета, как индекс Херфиндаля-Хиршмана. Однако, в рыночно развитых европейских странах используется индекс Линда<sup>99</sup>.

<sup>98</sup> Расчет произведен опираясь на данные Лизинговой Ассоциации Узбекистана

<sup>99</sup> William G. Shepherd, Market Power and Economic Welfare, - New York: Random House, 1970. - pp. 140-141.

Исходя из подобных явлений в работе был проведен расчет индекса Линда за 2019 год в рамках топовых ЛД для определения «границы» олигополии.

Индекс Линда определяет степень неравенства между лидирующими на рынке продавцами товара. Так как первые десять лидирующих фирм владеют более 75% рынка мы провели следующий расчет за 2019 год для определения «границы» олигополии (табл. 3.3):

Таблица 3.3.

**Расчет индекса Линда для десяти лидирующих ЛД за 2019 год<sup>100</sup>**

<i>Наименование топовых ЛД</i>	<i>портфель лизинга, в млн.сум</i>	<i>доля рынка</i>	<i>ср. зн. доли</i>	<i>ср.зн. с учетом порога</i>	<i>отношение</i>
O'zagro Leasing	1 601 966,0	0,37	0,37	0,076	4,8783
O'zmeliomash Leasing	485 642,0	0,11	0,24	0,068	3,5667
Uzbek Leasing International	414 172,9	0,10	0,19	0,063	3,0704
Qurilishmashlizing	372 069,3	0,09	0,17	0,058	2,8865
Asaka Bank	326 677,0	0,08	0,15	0,054	2,7666
O'zavtosanoat Leasing	291 606,5	0,07	0,13	0,047	2,8812
Ipoteka Bank	232 886,3	0,05	0,12	0,046	2,6833
Nano Lizing	225 514,3	0,05	0,11	0,043	2,6681
Uz PSB Bank	199 040,5	0,05	0,11	0,040	2,6943
Fincom	171 127,2	0,04	0,10		
<b>ИТОГО</b>	<b>4 320 702,0</b>	<b>1,0</b>		<b>коэффициент Линда</b>	<b>3,1217</b>

Опираясь на результаты расчета можно утверждать, что олигополия на данном рынке является «расплывчатой» и формируется с помощью пяти лидирующих ЛД: O'zagro Leasing; O'zmeliomash Leasing; Uzbek Leasing International; Qurilishmashlizing; Asaka Bank.

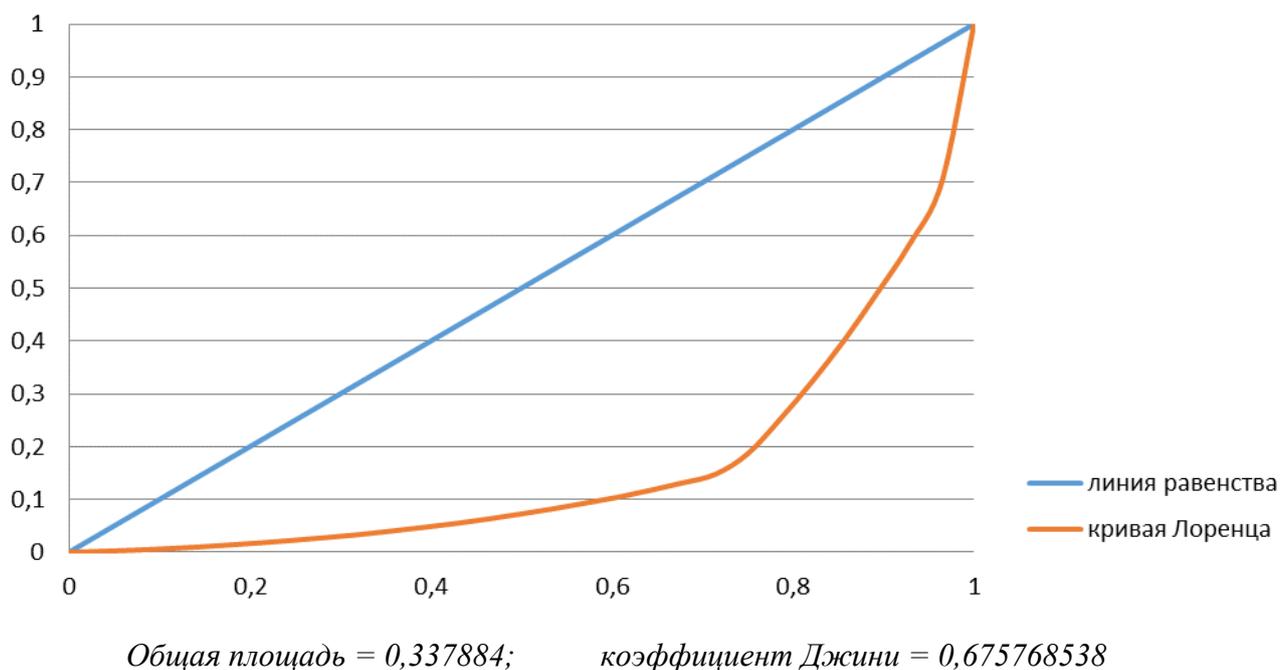
Согласно собственной методики определения LEASEUROPE (Европейская ассоциация лизинговых компаний), оценка концентрации рынка ЛУ определяется по количеству ЛК, владеющих собственнo 25%, 50%, 75% национального рынка ЛУ. При этом расчет ведется по стоимости новых заключенных в течение года договоров лизинга. Также для иллюстрации концентрации рынка используется кривая Лоренца<sup>101</sup>. Мы согласны, с тем, что

<sup>100</sup> Расчет произведен опираясь на данные Лизинговой Ассоциации Узбекистана

<sup>101</sup> Газман В. Д. Лизинг: статистика развития. Учеб. пособие для вузов. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 593 с.

использование кривой Лоренца даст более весомую характеристику реального распределения доходов между продавцами лизинга. Она показывает соотношение процентов всех доходов и процентов всех их получателей.<sup>102</sup>

Опираясь на обзорные данные Лизинговой Ассоциации Узбекистана за 2019 сделана попытка иллюстрировать концентрацию рынка с использованием кривой Лоренца в графической интерпретации результатов расчета коэффициента Джинни (рис. 3.5).



**Рисунок 3.5. Графическая интерпретация результатов расчета коэффициента Джинни рынка ЛУ Узбекистана<sup>103</sup>.**

При этом расчетное значение коэффициента Джинни оказалось равным 67,7%, что еще раз доказывает, что большая часть дохода рынка ЛУ находится в руках единичных ЛД.

Отсюда можно сделать вывод о том, что в определении уровня концентрации и его анализ имеет важную роль в первом месте для оценки конкурентоспособности рынка, где учитываются количество ЛД и их относительная величина. Посредством анализа концентрации рынка также

<sup>102</sup> Бабич А.М., Павлова Л.Н. Финансы: учебник. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2000. – С. 662.

<sup>103</sup> Расчет произведен опираясь на данные Лизинговой Ассоциации Узбекистана

можно подсказать дальнейшее принятие решения по стратегическим программам сотрудничества.

Учитывая маркетинговых концепций рынка, в частности рынка ЛУ, следует фокусироваться на формировании конкурентоспособности ЛД.

Одним из предложений является создание механизма открытости в деятельности ЛД. То есть, со стороны Лизинговой Ассоциации Узбекистана было бы эффективной разработать механизм рейтинговой оценки продавцов ЛУ. Так периодическое информирование о показателях ЛК, а присваивание рейтингов, на наш взгляд станет одним из мотивирующих сил.

На практике отечественного рынка ЛУ существует рейтинговая оценка ЛД, в котором используется оценка по трем критериям, разработанная со стороны РА Ahbor Reyting (рис. 3.6).



**Рисунок 3.6. Критерии РА Ahbor Reyting рейтинговой оценки<sup>104</sup>.**

Настоящая методика рейтинга ЛК разработана РА “Ahbor-Reyting” с учетом общепринятых норм, стандартов и критериев оценки деятельности ЛК, применяемых ведущими международно-признанными рейтинговыми агентствами, и основана на всестороннем анализе качественных и количественных факторов, оказывающих существенное влияние на финансовую устойчивость ЛК. В соответствии с настоящей методикой рейтинга ЛК, ключевым моментом процедуры анализа деятельности ЛК является изучение и оценка уровней, существующих в деятельности ЛК кредитного, рыночного,

<sup>104</sup> Расчет произведен опираясь на данные Лизинговой Ассоциации Узбекистана

ликвидного, операционного, валютного, репутационного и др. рисков, а также эффективности управления указанными рисками.

Не смотря на имеющийся подход по оценке деятельности ЛД, справедливости ради следует отметить, что имеются ряд недостатков в реализации данной схемы. К таким недостаткам можно отнести непрозрачность и не своевременности оглашения результатов деятельности ЛД (рис. 3.7). Кроме того, имеются место к неточности предоставления информации касающихся текущего состояния рынка ЛУ в рамках его инфраструктуры и конкурентоспособности.



Об агентстве ▾    Определение рейтингов ▾    Продукты и услуги ▾    Рейтинг ▾    Новости    Контакты

## Анализ рынка лизинговых услуг

Рынок лизинговых услуг в Узбекистане, как показывает практика, имеет огромный потенциал для роста. Увеличение уровня предоставляемых лизинговых услуг, способствует росту конкуренции на рынке лизингодателей.

По данным Ассоциации Лизингодателей Узбекистана, основанных на данных Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике, по состоянию на 1 полугодие 2016 года в Республике зарегистрировано 126 финансовых институтов занимающиеся лизинговой деятельностью. При этом, активно занимались 79 организаций, включая 22 коммерческих банков. Остальные лизингодатели занимались мониторингом и погашением лизинговых платежей по проектам, заключенным в предыдущих годах.

Таким образом, рынок активных игроков лизинговых услуг распределен между лизинговыми компаниями и коммерческими банками, оказывающими лизинговые услуги следующим образом:

- Доля лизинговых компаний – 72,15%;
- Доля коммерческих банков – 27,84%.



### **Рисунок 3.7. Текущее содержание анализа рынка ЛУ на сайте РА “Ahbor-Reyting” (дата обращения – 26.08.2020)<sup>105</sup>.**

А также, показатели, анализируемые РА “Ahbor-Reyting”, не позволяют оценить финансовую доступность ЛУ – они характеризуют состояние лизинговой отрасли, то есть данная аналитика, оценивают только развитие отечественного рынка лизинга. В работе отмечается, что Лизинговая Ассоциация Узбекистана имеет более положительную характеристику, и поэтому могли бы предложить формировать собственную методику оценки деятельности ЛД и присвоения им рейтинга. Но, в данном направлении на наш

<sup>105</sup> Из сайта РА “Ahbor-Reyting” <http://ahbor-reyting.uz/ru/rating-category/> (дата обращения – 26.08.2020)

взгляд было бы более эффективным отразить маркетинговые элементы для выявления конкурентоспособности ЛД.

Как правило, маркетинг всегда основывается на покупателе, и учитывая концепции маркетинга, мы предлагаем внести понятия: финансовой грамотности и финансовой доступности. То есть, при оценке деятельности ЛД следует учитывать принимаемые меры и его результаты по данным критериям, что в свою очередь, данный точка зрения поддерживает требования закона РФ «О защите прав потребителей».

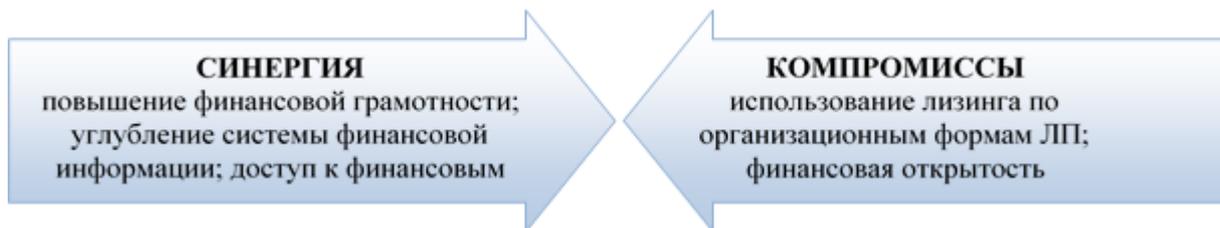
Использование критериев, как финансовая грамотность и финансовая доступность, не только положительно отразится на формировании конкуренции рынка, но и эффективно отразится на деятельности ассоциации, в частности: повысит уровня и качества деятельности ассоциации за счет использования инструментов финансового рынка; уменьшения разрыва между ожидания между ЛП и ЛД; повышения доверия хозяйствующих субъектов к продавцам ЛУ; содействие экономическому росту и соблюдение системности взаимосвязи цепочки ценностей между финансовой доступностью и устойчивым развитием финансового рынка (рис. 3.8).



**Рисунок 3.8. Системность взаимосвязи в рамках цепочки ценностей между финансовой доступностью и устойчивостью развития финансового рынка<sup>106</sup>**

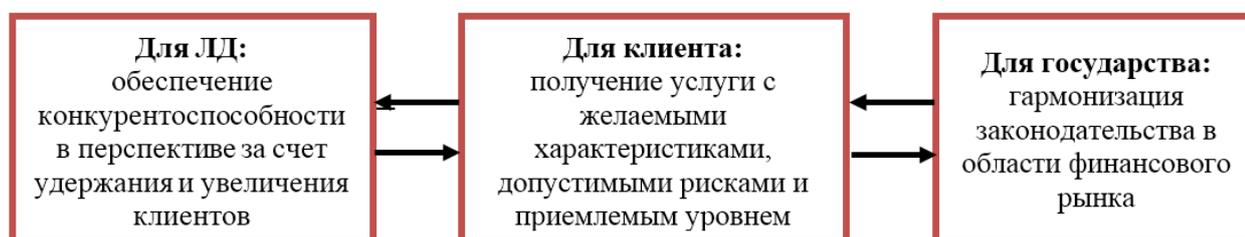
В рамках этого формируются и основные задачи, как компромисса, так и синергии заключаются в следующем (рис. 3.9).

<sup>106</sup> Составлено автором



**Рисунок 3.9. Основные задачи компромисса и синергии<sup>107</sup>.**

Исходя из вышеизложенного можно отметить, что «доступность и грамотность финансовых услуг» следует рассматривать в трех субъектных составляющих (рис. 3.10):



**Рисунок 3.10. Субъективные составляющие «доступности и грамотности финансовых услуг»<sup>108</sup>.**

Предлагаемая методика учитывает три группы индикаторов оценки рейтинга ЛД в целях поддержки конкуренции на отечественном рынке ЛУ:

- 1) инфраструктура ЛУ: количество действующих ЛД; количество ЛД по организационной форме; количество подразделений, действующих ЛД.
- 2) востребованность ЛУ: количество действующих договоров; количество новых договоров и их доля; количество просроченных лизинговых платежей и их доля; структура ЛП по организационной форме.
- 3) качество ЛУ: количество дополнительных услуг; лизинговый процент; доля авансового платежа от суммы лизинговой сделки; время от получения заявки до подписания лизингового договора; степень монополизации предмета лизинга у ЛД, коэффициент; результаты опроса ЛП.

Опираясь на вышеизложенных подходах предлагается запуск программы периодического издательства (ежеквартальное) рейтинга ЛД. Так же в программе

<sup>107</sup> Составлено автором

<sup>108</sup> Составлено автором

должно быть отслеживается не только операционные доходы, операционные расходы, резерв на возможные потери по ссудам, прибыль до налогообложения, портфель арендованных активов и новые объемы бизнеса за каждый квартал, но и индикаторы, используемые при оценке рейтинга деятельности ЛД: индекс рентабельности, соотношение затрат и доходов, коэффициент стоимости риска, коэффициент рентабельности активов.

Вместе с этим, имеются ряд задач, которые поддержат программу в рамках по обеспечению финансовой грамотности и доступности рынка ЛУ: разработка информационных материалов для различных целевых аудиторий; обеспечение подготовки, переподготовки и повышения квалификации сотрудников отдела продаж лизинговых организаций по финансовой грамотности; организация информирования ЛП в области защиты прав потребителей финансовых услуг; поддержка информационно-просветительских ресурсов в сети Интернет; создание эффективных механизмов обратной связи для потребителей рынка ЛУ.

Следовательно, разработка модели стратегического развития субъекта позволяет своевременно диагностировать отрицательные изменения внутри предприятия-лизингополучателя и своевременно применять методы регулирования механизмов развития лизинга.

В заключении хотелось бы отметить, что путем решения и поддержки вышеприведенных задач, рынок ЛУ выйдет на новый уровень, где стратегической целью определится повышение качества лизинговых отношений на отечественном рынке ЛУ.

#### Заключение к третьей главе

Лизинг дает возможность предпринимателям и другим хозяйственным субъектам производить модернизацию и организовать новое инновационное производство без мобилизации финансовых ресурсов.

Дальнейшая диверсификация видов переданного в лизинг имущества и его региональное расширение положительно повлияет на развитие экономики в целом.

Вместе с этим, имеются ряд задач, которые поддержат программу в рамках по обеспечению финансовой грамотности и доступности рынка ЛУ: разработка информационных материалов для различных целевых аудиторий; обеспечение подготовки, переподготовки и повышения квалификации сотрудников отдела продаж лизинговых организаций по финансовой грамотности; организация информирования ЛП в области защиты прав потребителей финансовых услуг; поддержка информационно-просветительских ресурсов в сети Интернет; создание эффективных механизмов обратной связи для потребителей рынка ЛУ.

Следовательно, разработка модели стратегического развития субъекта позволяет своевременно диагностировать отрицательные изменения внутри предприятия-лизингополучателя и своевременно применять методы регулирования механизмов развития лизинга.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам проведенного исследования сформулированы следующие основные выводы и предложения. В ходе изучения сущности рынка лизинговых услуг было определено, что лизинг выступает как сложная экономическая стоимостная категория, превращенная форма добавочной стоимости и части прибыли. Движение прибыли на основе ее возрастания, распределения и перераспределения происходит в интересах лизинговых отношений.

Дальнейшее развитие лизинга как превращенной формы добавочной стоимости и части прибыли - явление закономерное для рыночной экономики, новое и одно из важнейших требований обеспечения создания условий для модернизации экономики.

Особый характер лизинга – это регулирование государством элементов его развития, выдвигает прибыль в число определяющих результативных стоимостных показателей, которые характеризуют эффективность ведения производства, освоения капитальных вложений и внедрения новой техники. Благодаря этим особенностям лизинг может использоваться как объект стимулирования и модернизации экономики. Она становится основой организации финансовых механизмов стимулирования повышения эффективности производства.

Методологические подходы построения понятия системы лизинговых отношений и закономерностей их развития имеют следующие подходы: феноменологический, историко-генетический, теоретического моделирования и статистического метода. Каждый из которых обладает неизбежными ограничениями, а также имеющие возможность внести вклад при решении задачи развития рынка лизинговых услуг.

Учитывая вышеизложенные подходы и заключения пришли к следующему выводу, что необходимо методологические подходы определения целесообразности маркетинга для установления деловых связей между поставщиками объектов лизинга и ЛК и последних с ЛП.

Согласно Закона «О лизинге» от 14 апреля 1999 года лизинговые услуги оказываются предприятиям всех форм собственности в целях предпринимательства. Предоставлению лизинговых услуг на льготных условиях (в этом его преимущество в сравнении с кредитом) индивидуальным предпринимателям направлено к полезному труду граждан из социально уязвимых групп населения.

Решение проблемы во многом зависит и от маркетинговой концепции рынка ЛУ. В связи с этим, следует поддержать условия по формированию резервов в размере 5-20% согласно договору лизинга. Эффективной формой контроля за финансовым состоянием ЛП является перевод его счетов в банк, являющийся партнером ЛД. Целесообразность данного предложения отражается при управлении риском ликвидности ЛД, тем самым имеет вероятность влияния на экономических и временных потерях, в результате чего существует перспектива увеличения экономической эффективности.

Исходя из изложенного нами сформированные основные требования предоставляется систематично не зависимо от периода года со стороны ЛД к ЛП объекта лизинга. При этом предлагается учитывать следующие требования при передаче объекта лизинга:

- оценка денежных ресурсов необходимых для предоставления определенного вида объекта лизинга для предпринимательских целей за счет различных источников;

- формирование индивидуальных занятых лицам на основе оценки их возможностей использования объекта лизинга;

- учет результатов оценки объекта лизинга при формировании расходной части бюджета различных предприятий, включая бюджетных. В этой связи оценка объекта лизинга по размеру необходимых для ЛП должны проверяться на постоянной основе;

- обеспечение учета обязательных для предоставления ЛП услуг по видам объекта лизинга.

Лизинг дает возможность предпринимателям и другим хозяйствующим субъектам производить модернизацию и организовать новое инновационное производство без мобилизации финансовых ресурсов. Дальнейшая диверсификация видов переданного в лизинг имущества и его территориальное расширение положительно повлияет на развитие экономики в целом.

Следовательно, разработка модели стратегического развития субъекта позволяет своевременно диагностировать отрицательные изменения внутри предприятия-лизингополучателя и своевременно применять методы регулирования механизмов развития лизинга.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гражданский кодекс Республики Узбекистан. Введен в действие с 01.03.1997 г. в соответствии с Постановлением Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 29.08.1996 г. N 257-I. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан;
2. Гражданский кодекс Республики Узбекистан. Введен в действие с 01.03.1997 г. в соответствии с Постановлением Олий Мажлиса Республики Узбекистан от 29.08.1996 г. N 257-I. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан;
3. Конвенция УНИДРУА “О международном финансовом лизинге” (Оттава, 28 мая 1988 года). <https://www.lex.uz/docs/2126341> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан;
4. Закон Республики Узбекистан «О лизинге» от 14.04.1999 г., за №756-I. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан;
5. Федеральный закон РФ от 29.10.1998 г. №164-ФЗ «О финансовой аренде (лизинге)» (с изменениями от 16.10.2017 г.). <http://pravo.gov.ru/> - официальный интернет-портал правовой информации РФ;
6. Указ Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по обеспечению дальнейшего развития экономики и повышению эффективности экономической политики» от 8 января 2019 года за №УП-5614. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан;
7. Указ Президента Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему стимулированию развития лизинговой деятельности» от 28.08.2002 г., за № УП-3122. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан;
8. Указ Президента Республики Узбекистан «О приоритетных направлениях дальнейшего реформирования и повышения устойчивости финансово-банковской системы Республики в 2011-2015 годах и достижения высоких

международных рейтинговых показателей» от 26.11.2010 г., за № УП-1438. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан;

9. Постановление Кабинета министров Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему стимулированию развития лизинговой системы» от 21.05.2011 г., за №143. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан;
10. Постановление Кабинета министров Республики Узбекистан «О мерах по дальнейшему стимулированию развития лизинговой системы» от 21.05.2011 г., за №143. <https://lex.uz/ru/> – Национальная база данных законодательства Республики Узбекистан;
11. Абдуллаев Ф.О. Организационно-экономические факторы развития лизинговых услуг и сервиса в модернизации экономики (на примере Хорезмской области). (дисс.на узб.языке): автореф. на соиск. уч. ст. к.э.н. – С.: СамИЭС, 2011. – 25 с.;
12. Агафонова М.Ю., Азрилиян А.Н., Дегтярев С.И. и др. Большой экономический словарь / Общ. ред. Азрилияна А.Н. – М.: Фонд «Правовая культура», 1994. – 525 с.;
13. Адамов Н.А., Тилов А.А. Лизинг. 2-е изд. исправленное и дополненное. – Санкт-Петербург.: Питер, 2007. – 160 с.;
14. Адамов Н.А., Тилов А.А. Лизинг. 2-е изд., исправленное и дополненное. – СПб.: Питер, 2007. – 66 с.;
15. Александрова О.Б. Управление развитием предпринимательства в лизинговом секторе экономики. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – СПб., 2015. – 45 с.;
16. Амосов А.Н. Экономическая теория. – М.: ЭКСМО, 2011. – 736 с.;
17. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999. – 413 с.;
18. Афанасьев М.П. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. – М.: АО «Финстатипформ», 2015. – 112 с.;

19. Ахмадиева А. Лизинговые инвестирование // Рынок, деньги и кредит. 2003. - №3. – С.25-28;
20. Аюпов А.А. Инновационные финансовые продукты, как механизм хеджирования рисков на рынке лизинговых услуг//Российское предпринимательство, 2007. - №12. – С. 156-160;
21. Бабич А.М., Павлова Л.Н. Финансы: учебник. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2000. – С. 662;
22. Беккин Р. И. Исломий молия асослари [Матн] / Е.А.Байдаулет. – Тошкент: «Ўзбекистон» НМИУ, 2019. – 432 б.;
23. Березин И.С. Аналитический подход к разработке маркетинговой стратегии. Маркетинговый анализ и рыночная стратегия. – М., 2017. – 256 с.;
24. Бобохужаев Ш. И. Формирование и развитие рынка лизинговых услуг Узбекистана в постнезависимый период // Научный вестник. – 2016. – №. 4. – С. 8-20;
25. Вайпан В., Егорова М., Кинёв А., Петров Д., Габов А. Экономическая концентрация: опыт экономико-правового исследования рыночных и юридических конструкций. Монография. М.: ЮСТИЦИНФОРМ, 2016. – 210 с.;
26. Василенко М.Е., Ячменева А.С. Этапы развития рынка лизинговых услуг в России//АНИ: экономика и управление. 2018. №2 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etapy-razvitiya-rynka-lizingovyh-uslug-v-rossii>;
27. Газман В. Д. Лизинг: статистика развития. Учеб. пособие для вузов. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – 593 с.;
28. Газман В.Д. Финансовый лизинг: учебное пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2003. – 384 с.;
29. Ганиева Н.А. Особенности системы в обеспечении учета лизинговых операций // Вестник науки и образования, - №7-2(61), 2019. – С.22-26;

30. Гапоненко А.Л., Пирогов С.В., Чернявский И.Ф. Инновационная деятельность: показатели и методы осуществления // Научно-практический журнал «МИР». Июнь-сентябрь, – 2012. – С. 42-46;
31. Гафуров У.В. Ўзбекистонда ишбилармонлик мухитини баҳолаш услубиятини такомиллаштириш масалалари // Стратегия действий Республики Узбекистан: макроэкономическая стабильность, инвестиционная активность и перспективы инновационного развития. Сборник научных материалов и статей. <https://journal.tsue.uz/>;
32. Гитман Л.Дж., Джонк М. Основы инвестирования. Пер.с англ. – М.: Дело, 1997. – С. 1008;
33. Гозибеков Д.Г., Собиров О.Ш., Муминов А.Г., Кулжанов О.М. Лизинг муносабатлари: назарияси ва амалиёти. – Т.: Фан ва технология, 2004. – 308 с.;
34. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. – М.: Дело, 2015. – 192 с.;
35. Гольшев В.В. Лизинг как фактор активизации инвестиционной политики в Республике Узбекистан. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Ф., 2011. – 24 с.;
36. Горемыкин В.А. Антикризисный лизинг//Вопросы региональной экономики, №2(23), 2015. – С. 99-111;
37. Горемыкин В.А. Лизинг. – М.: корпорация «Дашков и Ко», 2003. – 994 с.;
38. Гулямов С. С., Шермухамедов А. Т. Совершенствование лизинговых услуг в Республике Узбекистан // Молодежь и XXI век-2018. – 2018. – С. 74-76;
39. Давлятова Г.М. Совершенствование системы лизинговых отношений на предприятиях текстильной промышленности. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т.: Институт экономики АН РУз, 2011. – 26 с.;
40. Джумаканова А. Лизинг и его использование на предприятиях Республики Казахстан // Статистика, учет и аудит. - №1, – 2011, – Т. .1. – С. 157-160;

41. Добрынина А.И., Тарасевича Л.С. Экономическая теория / Под ред. А.И.Добрынина, Л.С.Тарасевича: Учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 560 с.;
42. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2000. – С. 272;
43. Емелягина М.О. Экономическая сущность лизинга // В мире науки и инновации. Сб. науч. ст. по итогам межд. форума. – Казань: АЭТЕРНА, 2017. С. 105-106;
44. Еремихин Б.М., Шабанова Н.Н. Лизинг для предпринимателя. Практич. пособ. – М.: Агроконсалт, 2014 г. – 204 с.;
45. Жуков Е.Ф. Деньги. Кредит. Банки: Учебник для вузов – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2015. – 703 с.;
46. Жумаев Н., Бикбаева Г. Лизинговые предпочтения // Экономическое обозрение. – №4. – 2007. – С.70-73;
47. Зайналов Ж.Р., Латипова Ш.М., Гафурова Д.Х. Қишлоқ хўжалигида лизингдан фойдаланишни такомиллаштириш механизми // POLISH SCIENCE JOURNAL (ISSUE 1, 2018) - Warsaw: Sp. z o. o. "iScience". – 2018. – С. 54-60;
48. Икрамов М.А. Формирование спроса как фактор инновационного развития Узбекистана // Экономический рост России: проблемы и стратегические перспективы: Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 24 мая 2018 года. – Великий Новгород: НГУ им. Ярослава Мудрого, 2019. – С. 38;
49. Ильясов С.М. Денежно-кредитный механизм развития региона. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 216 с.;
50. Исмаилова С.С. Ўзбекистон агросаноат мажмуасида лизинг фаолиятини ривожлантиришнинг иқтисодий асослари. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2009. – 21 с.;
51. Кабатова Е.В. Лизинг: понятие, правовое регулирование, международная унификация. – М.: Инфра-М., 1991. – 204 с.;

52. Кабатова Е.В. Лизинг: понятие, правовое регулирование, практика. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1998. – 119 с.;
53. Каланов М., Кадиров А. Перспективы развития лизинговых отношений // Рынок, деньги и кредит. – 2004. - № 7- 8, июль-август. – С. 29;
54. Карп М.В., Шабалин С.М. Лизинг: экономические и правовые основы. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 191 с.;
55. Квятковский А.В. История развития и возникновения лизинга//Наука и инновации – современные концепции. Сб. ст. межд. науч. пр. конф. – М.: ИНФИНИТИ, 2019. С. 26-30;
56. Кирилловых А.А. Правовые основы лизинга: Учеб.практ.пособие / А.А.Кирилловых. – М.: Юстиции-форм, 2009. – С. 24-26;
57. Коршунов Н.М., Карп М.В., Шабалин Е.М. Лизинг: экономические, правовые основы. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 191 с.;
58. Котлер Ф., Армстронг Ф., Сондерс Г., Вонг Д. Основы маркетинга. – СПб.: Вильямс, 2008. – 1200 с.;
59. Кузнецов С.А. Большой толковый словарь русского языка. 1-е изд-е: Санкт-Петербург.: Норинт. 1998. – 1534 с.;
60. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. – М.: Вильямс, 2005. – 997 с.;
61. Левкович А.О. Формирование лизинговых услуг. – М.: Изд-во деловой и учебной литературы, 2008. – 336 с.;
62. Лещенко М.И. Основы лизинга: Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 336 с.;
63. Ли С. Разработка инновационно-ориентированной методики операционной формы лизинга: автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Иркутск, 2012. – 19 с.;
64. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. Практ. рук. 3-е изд. Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2002. – 960 с.;
65. Мерилл Т.У. Thomas W Merrill, The Economics of Leasing, Journal of Legal Analysis, Volume 12, 2020, Pages 221–272, <https://doi.org/10.1093/jla/laaa003>;

66. Мурадова Н.У, Бегматов Х.А. Рынок лизинговых услуг Узбекистана и маркетинговые подходы его исследования (63-67) // Евразийский Союз Ученых. DOI: 10.31618/ESU.2413-9335.2019.8.63.199. <https://euroasia-science.ru/>;
67. Мурадова Н.У., Бегматов Х.А. Цифровая экономика и ее возможности для рынка лизинговых услуг // Интернаука: электрон. научн. журн. 2019. № 4(86). URL: <https://internauka.org/journal/science/internauka/86>;
68. Мурадова, Н. У. Необходимость проведения маркетинговой оценки активной взаимосвязи лизингодателя и лизингополучателя // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики: Материалы IX Международной научно-практической конференции, Тамбов, 13 апреля 2020 года. – Тамбов: Издательский дом "Державинский", 2020. – С. 439-444;
69. Мурадова, Н.У. Значимость маркетинговых исследований на рынке инновационных лизинговых услуг / Н.У. Мурадова // Европейский журнал экономических наук и управления. – 2016. – № 4. – С. 8-11. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=28910184>;
70. Мурадова, Н.У. Сервисные услуги как элемент инновационной маркетинговой деятельности лизингодателей / Н. У. Мурадова // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики: Материалы VIII Международной научно-практической конференции, Тамбов, 17–18 апреля 2019 года / Ответственный редактор А.А. Бурмистрова. – Тамбов: Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина, 2019. – С. 488-493. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37659534>;
71. Мустафакулов Ш. Ўзбекистон республикасида молия бозорини институционал ривожлантириш омиллари // Ўзбекистон молия бозорини ривожлантиришда инвестиция фондларининг жозибадорлигини ошириш. Сборник статей и тезисов. – Ташкент: ТГЭУ, 2020. – Т. 1. – №. 4;
72. Мюллер В.К. Англо-русский словарь [Текст]: 53 000 слов / В. К. Мюллер. - 21-е изд., испр. - М.: Русский язык, 1987. – 848 с.;

73. Назарова Ф.М. Ўзбекистон Республикаси лизинг компаниялари фаолиятида маркетингнинг самарадорлиги. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2004. – 22 с.;
74. Носиров Э.И. Основы лизинга: учеб.пособие для уч-ся ССУ и ПК экономического профиля/Носиров Э.И., Хужамкулов Д.Ю, Маматов Б.С. МВ и ССО РУз. Центр ССПО. – Т.: Тасвир, 2008. – 144 с.;
75. Осипов Ю.М. Основы предпринимательского дела. – М.: Гуманитарное знание, 1992. – 223 с.;
76. Пивовар А.Г. Большой финансово-экономический словарь. – М.: Экзамен, 2000. – 1064 с.;
77. Поляков В.Л. Развитие корпоративной предпринимательской среды на основе использования лизинга. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – М., 2013. – 25 с.;
78. Портер М. «Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов». Пер.с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.;
79. Правовые основы лизинга: Учеб.практ.пособие / А.А.Кирилловых. – М.: Юстицинформ, 2009. – 112 с.;
80. Прилуцкий Л. Виды лизинга и их особенности // Деловой партнер. – №6. – 2005. – С. 13-18;
81. Прилуцкий Л.Н. Лизинг. Правовые основы лизинговой деятельности в РФ. – М.: Ось-89, 1997. –128 с.;
82. Радаев В.В. Рынок как идеальная модель и форма хозяйства. К новой социологии рынков // Социологические исследования, 2003. - №9. – С. 18-29;
83. Рахмонов Л.С. Формирование и развитие лизингового рынка Таджикистан // ПАЁМИ ДТТТ, - №2(15), 2016. – С. 94-97.;
84. Родина Н.Ю. Международные лизинговые операции: Учеб.пос. – М.: Экономика, 2008. – 189 с.;

85. Сабиров О.Ш. Современное состояние лизинговых отношений в Республике Узбекистан и основные направления их дальнейшего совершенствования. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2001. – 22 с.;
86. Самуэльсон, П. Экономика / П. Самуэльсон, В. Нордхауз; пер. с англ. – М.: «Вильямс», 2015. – 1360 с.;
87. Сафиуллина И.Р. Роль лизинга в активизации инновационной деятельности предприятий (на примере Р.Татарстан). автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – К., 2011. – 24 с.;
88. Сутягин А.В. Аренда и лизинг. – М.: Изд. ГРОСС МЕДИА, 2011. – 200 с.;
89. Токарева Е.В. Развитие учетно-информационного обеспечения лизинга биологических активов: автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. - Волгоград, 2019. – 24 с.;
90. Турсунходжаев Н., Мусаев Н. Развитие лизинга в Узбекистане // РДК, - 2006. – №6. – С. 26-32;
91. Утамалиева Ш. Развитие лизингового бизнеса // Рынок, деньги и кредит. 2003. - №9. – С. 29-34;
92. Фаттахов А.А. Стратегии маркетинга в оптовой торговле и пути повышения её эффективности. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – Т., 2004. – 42 с.;
93. Философова Т.Г. Лизинг: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Т.Г. Философова. -3-е изд. перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – 89 с.;
94. Хазраткулов О.Т. Лизинг муносабатлари ва уларнинг ҳуқуқий тартибга солиш муаммолари. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.ю.н. – Т., 2007. – 21 с.;
95. Хайдаров Ш.У., Ортиқов Х.А., Тухсонов Х.А. Лизинг: признание, оценка и учет. – Т.: Норма, 2006. – 240 с.;
96. Хакимов Ш. Как сделать лизинг дешевле//Управление предприятием. №10, 2019. <https://e.management.mcf.ru/765127?from=id2>;
97. Хамраева Д. Микролизинговые услуги «Микрокредит банк» // Рынок, деньги и кредит. – 2010. – № 1. – С. 53-55.;

98. Хашимова А.Т. Организация и проблемы учета лизинговой деятельности (на примере лизинговой компании “Узавтосаноат-Лизинг”). автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т.: БФА, 2011. – 22 с.;
99. Хохлов М. О., Лыба А. И. Возникновение, развитие и особенности финансового лизинга в экономике развитых странах мира // СТЭЖ. – 2009. - №8. <https://cyberleninka.ru/article/n/vozniknovenie-razvitie-i-osobennosti-finansovogo-lizinga-v-ekonomike-razvityh-stranah-mira>;
100. Шпиттлер Х.И. Практический лизинг. Пер.с немецкого. Общ.редак. Б.Г. Дякина. – М.: ROSBI, 1991. – 164 с.;
101. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.
102. Эргашходжаева Ш.Д. Инновацион маркетинг. Дарслик. – Т.: ТДИУ, Иқтисодиёт, 2014. –178 бет;
103. Эркаев Б., Каримова Г. Рыночная экономика. – Т.: Шарк, 1997. – 91 с.;
104. Юлдашев М.А. Ўзбекистонда лизинг операцияларининг бухгалтерия ҳисобини такомиллаштириш йўналишлари: и.ф.н. илм.дараж. олиш учун ёз. дисс. автореф. – Т., 2008. – Б. 17;
105. Юнусова Л.Д. Применение финансовых инструментов в инновационных лизинговых отношениях//Известия СПб ГЭУ, 2020. - №3 (123). – С. 185-188;
106. Юсупова А.Т. Лизинговые формы финансирования долгосрочных активов: Автореф. дис. ... канд. экон. наук – Новосибирск, 2006. – 42 с.;
107. Юсупова А.Т. Структура рынка лизинговых услуг в России: анализ, характеристики, основные тенденции // Практический анализ. – №3. – 2005. – С. 378-399;
108. Яковлев И. Лизинг нематериальных активов: зарубежная практика и возможности ее применения в отечественных условиях// Управление предприятием. №5, 2018. <https://e.management.mcf.ru/643872>;
109. Bekmurodov F.Sh. va boshqalar. Strategik marketing: O‘quv qo‘llanma. – Т.: TDIU, 2010. – 190 б.;

110. Brealey, R. A., Myers, S. C., Allen, F., & Mohanty, P. (2012). Principles of corporate finance. Tata McGraw-Hill Education. – 969 p.;
111. Finnegan E.G. New Webster's Dictionary of the English Language / ed. E. G. Finnegan. Delhi: Surjeet Publications, 1989. – 1824 p.;
112. Happer T., Scapens R., Northcott D. Issues in Management accounting. – M.: Prentice Hall, 2007. – 468 p.;
113. Mustafaev Z.B. Growing trends of leasing in Uzbekistan // Central Asia Finance. – 2011. – №3. – P. 72-73;
114. New Webster's Dictionary of the English Language / ed. E. G. Finnegan. Delhi: Surjeet Publications. – 1989. 1824 p.;
115. William G. Shepherd, Market Power and Economic Welfare, - New York: Random House, 1970. - pp. 140-141;
116. Zafar B. Mustafaev «Prospects for Further Development of Leasing Market in Uzbekistan»//World Finance Review, March 2014. P. 47-48;
117. Global Leasing Report – 2020 (Глобальный отчет по лизингу за 2020 г.) [https://www.world-leasing-yearbook.com/wp-content/uploads/2019/12/WLY2020\\_Germany.pdf](https://www.world-leasing-yearbook.com/wp-content/uploads/2019/12/WLY2020_Germany.pdf);
118. <https://www.unidroit.org/> – Международный институт по унификации частного права;
119. <https://antimon.gov.uz/> – Антимонопольный комитет Республики Узбекистан;
120. <https://data.worldbank.org/> – The World Bank Group;
121. <https://tsue.uz/> – Ташкентский государственный экономический университет;
122. <https://www.elsevier.com/> – Elsevier (Information and analytics company specializing in scientific, technical, and medical content);
123. <https://www.hbs.edu/faculty/publication> – Harvard Business School, USA;
124. <https://www.sciencedirect.com/> – Science Direct (Database of scientific and medical research);
125. <https://www.ula.uz/> – Лизинговая ассоциация Узбекистана.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1

#### Сравнительный анализ условий рынка ЛУ в экономических теориях<sup>109</sup>

<i>Критерии сравнения</i>	<i>Неоклассическая теория</i>	<i>Эволюционная теория</i>
Экономический субъект	однородны	новаторы консерваторы
Модели лизинговых отношений	совершенная конкуренция	инновационные формы лизинговых услуг
Поведение совокупности экономических субъектов	движение к равновесию	неравновесие движении

---

<sup>109</sup> Так же

Перечень определений понятия «лизинг»<sup>110</sup>

№	Авторы определения лизинга	Обзор определения лизинга	Источники
1.	Finnegan E.G.	Слово “lease” объясняется как: 1) контракт, регулирующий пользование и владение землей и или зданиями и сооружениями в течение ограниченного периода времени за определенную плату; 2) возможность получить или иметь, это значение не имеет отношения к экономике	New Webster's Dictionary of the English Language / ed. E. G. Finnegan. Delhi: Surjeet Publications, 1989. 1824 p.
2.	Абдуллаев Ф.О.	Под лизингом понимается эффективный метод модернизации экономики учитывающее передачу права собственности путем постепенной выплаты стоимости оборудования и технологии, используемых для предпринимательских целей в рамках закона.	Организационно-экономические факторы развития лизинговых услуг и сервиса в модернизации экономики (на примере Хорезмской области). автореф. на соиск. уч. ст. к.э.н. – С., 2011. – С. 9.
3.	Агафонова М.Ю., Азрилиян А.Н., Дегтярев С.И. и др.	“lease” – это контракт, предоставляющий право на пользование землей или зданиями на определенный период времени в обмен на выплату земельной ренты землевладельцу. “leasing” – лизинг, сдача оборудования на прокат, практика предпочтения проката оборудования обычной его покупке	Большой экономический словарь / Общ. ред. Азрилияна А.Н. – М.: Фонд «Правовая культура», 1994. - 525 с.
4.	Адамов Н., Тилов А.	Лизинг это комплексные экономико-правовые отношения по приобретению в собственность имущества и последующей сдаче его в аренду	Лизинг. 2-е изд., испр. и допол. – СПб.: Питер, 2007. – 8 с. (160с)
5.	Александрова О.Б.	Определено понятие лизингового предпринимательства как, совокупности самостоятельных организаций, взаимодействующих друг с другом, занимающихся различной предпринимательской деятельностью включающей в себя арендные, инвестиционные, торговые отношения и связанные договорными обязательствами по поводу целенаправленного использования финансовых средств на приобретение предмета лизинга с целью получения прибыли	Александрова О.Б. Управление развитием предпринимательства в лизинговом секторе экономики. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э.н. – СПб., 2015. – 45 с.
6.	Беккин Р. И.	Лизинг – одна сторона (лизингодатель) приобретает и сдает в лизинг другой стороне (лизингополучателю) некое имущество (как движимое, так и недвижимое) на определенный срок, за что получает вознаграждение в виде арендных платежей, размер которых согласовывается сторонами заранее.	Исломиё молия асослари [Матн] / Е.А.Байдаулет. – Тошкент: «Ўзбекистон» НМИУ, 2019. – 432 б.
7.	Гозибеков Д.Г., Собиоров О., Муминов А., Кулжанов О.	Лизинг – это совокупность экономических отношений, где с помощью отдельных видов кредитования и аренды капитала преобразуется в денежном или имущественном виде, который формирует комплекс имущественных и правовых отношений	Лизинговые отношения: теория и практика. – Т.: Фан ва технология, 2004. – 47 с.

<sup>110</sup>Составлено автором на основе обобщения научной литературы

№	Авторы определения лизинга	Обзор определения лизинга	Источники
8.	Горемыкин В.А.	Лизинг – это способ реализации отношений собственности	Лизинг. – М.: Корпорации «Дашков и Ко», 2003. – 944 с.
9.	Кирилловых А.А.	Лизинг – это совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе приобретением предмета лизинга	Правовые основы лизинга: Учеб.практ.пособие / А.А.Кирилловых. – М.: Юстицинформ, 2009. – 81 с. (112с.)
10.	Кларк Т.	Лизинг – это метод финансирования капвложений	Leasing. McGraw. – Hill Book Company (UK) Limited, 1978.
11.	Мерилл Т.У.	Лизинг – это передача владения и использования физическим активом на время меньше ожидаемого срока его полезного использования в обмен на экономическое вознаграждение	Thomas W Merrill, The Economics of Leasing, Journal of Legal Analysis, Volume 12, 2020, Pages 221–272, <a href="https://doi.org/10.1093/jla/laaa003">https://doi.org/10.1093/jla/laaa003</a>
12.	Мюллер В.К.	“leasing”- 1) аренда, имущественный наем; 2) договор об аренде; 3) срок аренды	Англо-русский словарь [Текст]: 53 000 слов / В. К. Мюллер. - 21-е изд., испр. - М.: Русский язык, 1987. - 848 с.
13.	Назарова Ф.М.	Лизинг – интегрированная финансовая и имущественная услуга удовлетворяемая потребности потребителей	Назарова Ф.М. Ўзбекистон Республикаси лизинг компаниялари фаолиятида маркетингнинг самарадорлиги. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2004. – 22 с.
14.	Пивовар А.Г.	“lease” и “leasing”. Первое переводится как: 1) аренда – жилищный наем, наем недвижимости, сдача в аренду, наем в аренду; 2) срок аренды (найма); 3) арендовать; 4) договор об аренде (прокате). Второе слово означает: 1) лизинг, долгосрочная аренда (машин и оборудования); 2) выдача оборудования напрокат	Большой финансово-экономический словарь. – М.: Экзамен, 2000. – 1064 с.
15.	Поляков В.Л.	Лизинг – это относительно новый вид межфирменной кооперации	Развитие корпоративной предпринимательской среды на основе использования лизинга. автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – М., 2013. – 25 с.
16.	Родина Н.Ю.	Лизинг – это комплекс имущественных и экономических отношений, возникающих в связи с приобретением в собственность имущества и последующей его сдачей во временное пользование за определенную плату	Международные лизинговые операции: Учеб.пос. – М.: Экономика, 2008. – 189 с.
17.	Сафиуллина И.Р.	Инновационный лизинг – это самостоятельный вид нововведения, способ, обеспечивающий деятельность по продвижению инновационного продукта на рынок, посредством нефинансового инвестирования материальных средств в процесс его создания	Роль лизинга в активизации инновационной деятельности предприятий (на примере Р.Татарстан). автореф. дисс. на соиск. уч. ст. к.э.н. – К., 2011. – 24 с.

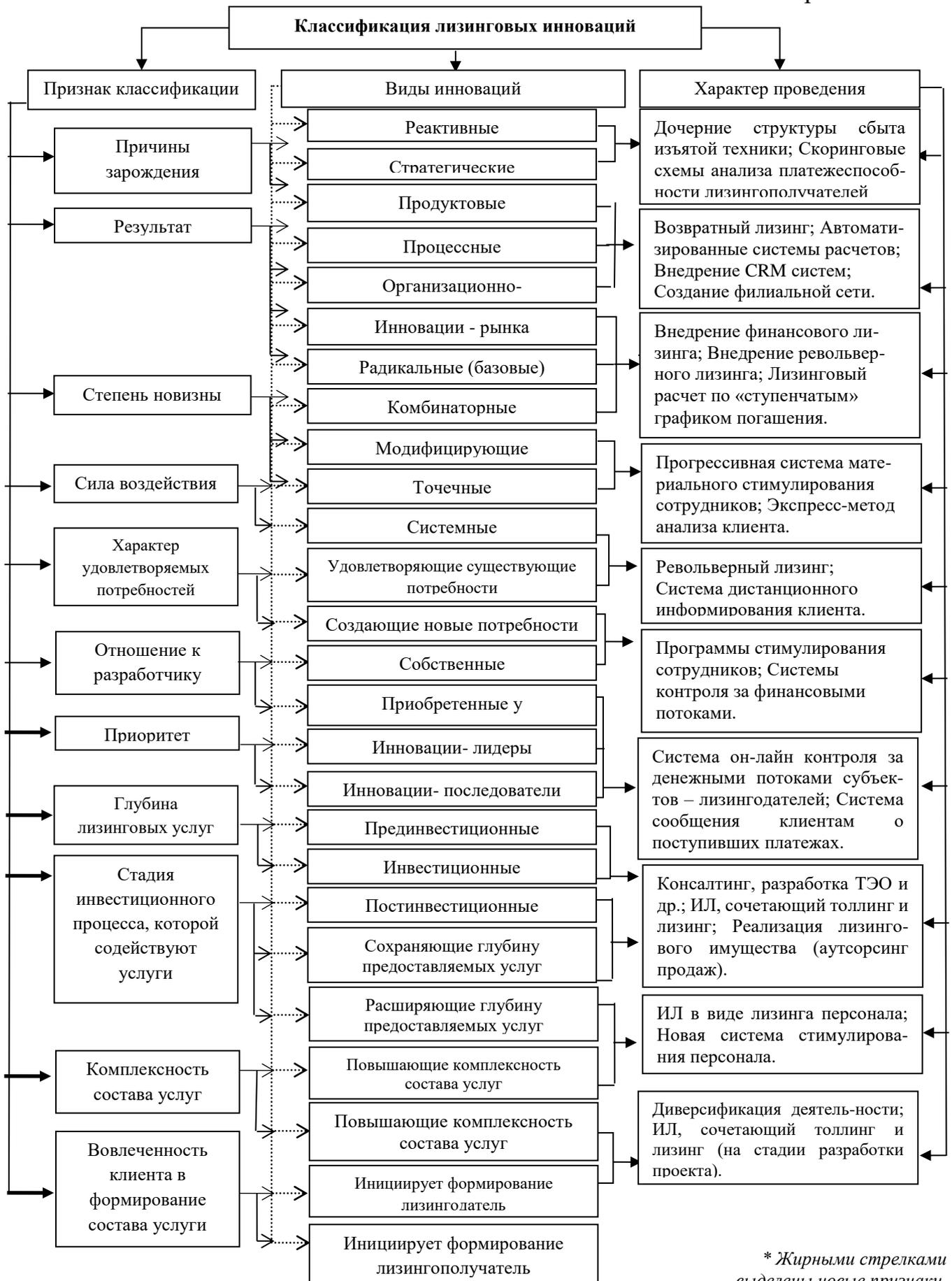
№	Авторы определения лизинга	Обзор определения лизинга	Источники
18.	Юлдашев М.А.	Лизинг – это деятельность по получению прибыли, включающей арендные, кредитные и торговые отношения, с условием последующего выкупа	Ўзбекистонда лизинг операцияларининг бухгалтерия ҳисобини такомиллаштириш йўналишлари: и.ф.н. илм. дараж. олиш учун ёз. дисс. автореф. – Т., 2008. – Б. 17

Основные методы	Общее понятие лизинга	Исходный пункт анализа	Основной объем анализа	Результат анализа
Феноменологический	Продукт взаимодействия участников лизинговых сделок	Анализ восприятий участников лизинговых отношений	Формирование общих значения лизингового продукта	Доминирующая концепция контроля
Исторический	Совокупность форм лизинга	Реконструкция первичных форм лизинга	Эволюция форм лизинга	Устойчивые формы лизинга
Теоретическое моделирование	Механизм координации действия лизинговых отношений и движения лизинга	Формулирование исходных предпосылок лизинга	Действие участников лизинга	Идеальная модель лизинга
Статистический	Совокупность сегментов лизинга	Определение критерии сегментации лизинга	Внутренние и внешние границы лизинга	Количественные параметры лизинга

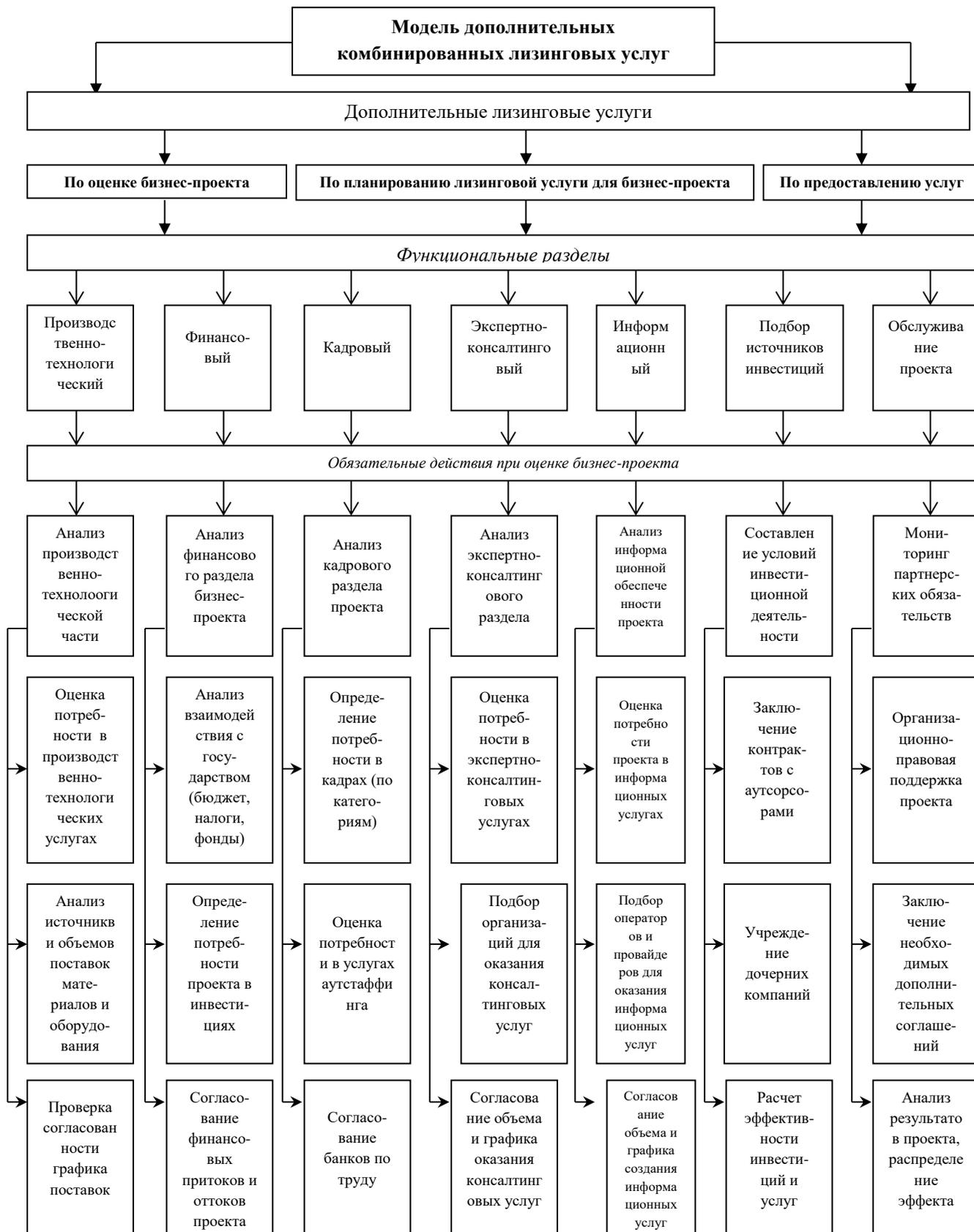
**Рисунок 1.5. Характеристика основных методов анализа лизинга<sup>111</sup>**

<sup>111</sup> Составлено автором с учетом материалов источника табл. 1





**Рисунок 3.1. Взаимосвязь модели инновации по степени новизны**



**Рисунок 3.2. Формирование комплекса комбинированной лизинговой инновационной услуговой деятельности**

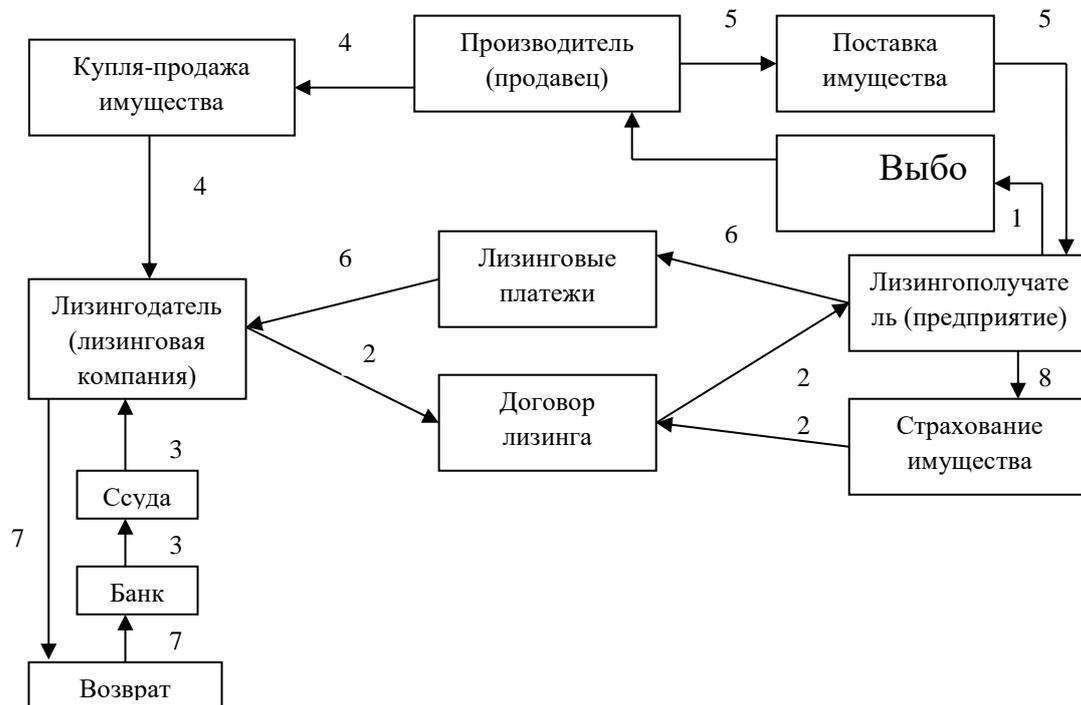


Рисунок 3.3. Схема финансового лизинга



Рисунок 3.4. Схема оперативного лизинга



**Рисунок 3.5. Схема сервисных услуг, оказываемых лизингополучателю**