

**МИНИСТЕРСТВО НАРОДНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ
УЗБЕКИСТАН
НУКУСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
ИНСТИТУТ имени АЖИНИЯЗА**

Филологический факультет

РЕФЕРАТ

ПО ПРЕДМЕТУ «МАЛЫЙ БИЗНЕС И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

**НА ТЕМУ: ФИНАНСОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ФОРМЫ
КРЕДИТИВАНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО БИЗНЕСА**

Подготовил:
Приняла:

студент 4 а курса Зарымбетов А.
Абдукаликова М.

Финансовая деятельность и формы кредитования субъектов малого бизнеса.

1. Формирование и использование финансовых ресурсов
2. Понятие лизинга и его роль в бизнесе
3. Разновидности лизинга и лизинговый контракт
4. Практика использования лизинга в Узбекистане
5. Сущность и виды франчайзинга
6. Организация договорных соглашений в системе франчайзинга

1. Формирование и использование финансовых ресурсов

Важнейшей проблемой для организаций начала предпринимательской деятельности, а затем устойчивого функционирования предприятия является наличие денежных ресурсов – одной из форм капитала. Деньги необходимы для многих целей: строительства или аренды помещения сырья и материалов, и оплаты труда работников, организации транспортировки и реализации готовой продукции, оплаты процентов за использование кредитов, расходов за коммунальные услуги. И др.

В формировании финансовых ресурсов предприниматель использует две группы источников: внутренние и внешние.

Внутренние источники – это накопленные или унаследованные личные сбережения, а также прибыль и амортизационные отчисления, постоянно поступающие в процессе функционирования предприятия.

Внешние источники гораздо более разнообразные: займы друзей и родственников, коммерческий кредит, ссуды или кредиты от продавцов оборудования, помощь государственных, региональных и общественных организаций, спонсорские пожертвования и др.

Займы у друзей и родственников не могут служить надежным источником финансирования, так как не много найдется таковых, располагающих достаточными средствами. Кроме того при банкротстве и невозможности выплаты займа можно утратить дружеские и родственные отношения. Поэтому, если имеется такой источник, его следует оформить на деловой основе, письменной договоренности. В этом случае обе стороны становятся партнерами и получают выгоду или терпят урон, а также полноправно участвуют в принятии решений.

В рыночных условиях предприниматели не могут обойтись без использования других заемных средств, к которым относятся:

Кредиты банков, средства от выпуска и продажи акций и облигаций, бюджетные ассигнования на возвратной основе, средства нефинансовых компаний.

Однако средства кредитно – финансовых институтов для малых предприятий являются высоко рискованными, так как они связаны с необходимостью выплаты довольно высоких процентных ставок, материально – залоговым обеспечением кредита.

Но даже при этих условиях кредитований малого бизнеса существует множество проблем, которые затрудняют получение необходимых финансовых ресурсов:

Риск создания нового дела, которое недостаточно обеспечено ресурсами не имеет надежных рынков сбыта и деловой репутации;

Трудности устойчивого роста, так как малые предприятия наиболее уязвимо перед случайностями и непредвиденными обстоятельствами;

Недостаточная диверсификация, так как малые предприятия бывают узко специализированы, имеет ограниченную сферу деятельности и сферу деятельности и клиентуру;

Кредитование малых предприятий по сравнению с крупными требуют излишних операционных расходов из-за большого их количества;

Отсутствие надежных гарантий возврата кредита.

Но в мировой практике выработаны различные схемы решение этой проблемы: прямое финансирование путем создание фондов, снижение стоимости кредитных ресурсов, представление различных льгот, обеспечение гарантий, частные и спонсорские средства и т.д.

Все эти меры позволяют малым предприятиям получают заемные средства для осуществления своей деятельности. Кредиты в этот сектор направляются не малые. Так, в 2004 г. Объем кредитование субъектов малого бизнеса составил более 200 млрд. Сумов, при этом доля различных источников была следующая:

Коммерческие банки -69 %, кредитные линии международных финансовых институтов-18%, частные банки -8%, внебюджетные фонды-5%. Примечательно структура выданных кредитов национальным банком Республики Узбекистан: Частные предприятия с участием иностранных партнеров получили 52% кредитов, малые частные предприятия -17%, акционерное общество -16%, сельхоз предприятия -15%.

При выборе источников финансирования необходимо решить следующие задачи:

Определить потребности в кратких и долгосрочных инвестициях;

Выявить возможные изменения в составе активов и капитала с целью определения их оптимального состава и структуры;

Обеспечить постоянную платежеспособность и финансовую устойчивость;

С максимальной прибылью использовать собственные заемные средства;

Снизить расходы на финансирование хозяйственной деятельности.

Наиболее надежным и основными внутренними источниками финансирования являются прибыль и амортизационные отчисления. За счет их пополняется собственный капитал, повышается финансовая устойчивость предприятия. Они являются стабильным средством формирования финансов, создают независимость предприятия, освобождая его от долговых обязательств, обеспечивают процесс перспективного управления по развитию предприятия.

Важную роль в составе внутренних источников финансирования играют амортизационные отчисления, которые представляют собой денежное выражение стоимости износа основных фондов. Эти отчисления накапливаются в виде амортизационного фонда, и используется как источник финансирования простого и расширенного воспроизводства.

Формирование финансовых ресурсов создает для предприятия базу для производственно – хозяйственной деятельности. Другая главная задача предприятия успешно использовать финансовые ресурсы в повседневной деятельности и создать устойчивое финансовое положение. Чтобы определить насколько успешно или неудачно используются имеющиеся ресурсы для предпринимательской деятельности, применяется ряд экономических критериев.

Прибыльность – наиболее важнейший из экономических критериев деятельности фирмы, суть которого заключается в превышении доходов над издержками. Прибыль является конечным результатом производственно – хозяйственной деятельности фирмы, показателем ее эффективности, источником средств для осуществления инвестиций, формирования специальных фондов, а также платежей в бюджет.

Общая сумма прибыли, полученная за определенный период состоит из: прибыли от реализации продукции, прибыли от прочие реализации, прибыли от внереализованных операции. Они составляют валовую прибыль, после вычитание из которой налогов, экономических санкции и отчисления в благотворительные фонды остается чистая прибыль.

Если фирма длительное время имеет нулевую и отрицательную прибыльность, то есть работает с убытками, тогда она не имеет источников развития и может стать банкротом. Однако общий размер полученной прибыли еще не характеризует успешность, эффективность работы предприятия. Для определения эффективности

необходимо сопоставить сумму прибыли с другими показателями (ресурсами, издержками и т.д.), то есть рассчитать относительную величину прибыли, уровень прибыльности.

Рентабельность – выражается отношением величины прибыли, полученной за определенный период, к стоимости средств затраченных и используемых для получения прибыли. Есть несколько показателей рентабельности:

Рентабельность всей реализованной продукции как отношение прибыли от реализации к выручке от ее реализации;

Рентабельность отдельных видов продукции – отношение прибыли от реализации данного вида продукта к его продажной цене;

Общая рентабельность вложений – отношение балансовой прибыли к средней стоимости основных производственных фондов и нормируемых оборотных средств.

Для характеристики успешной деятельности предприятия используются и другие показатели.

Ликвидность – это способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства, характеризующаяся быстротой превращения активов в деньги, от чего зависит платежеспособность. Если предприятие легко может вернуть долги, то оно считается ликвидным. Для этого определяется коэффициент ликвидности как отношение текущих активов фирмы к ее краткосрочным обязательствам. Первые должны быть не менее вторых для того чтобы покрыть долги (коэффициент покрытия). Можно отнести быстрореализуемые высоколиквидные активы к краткосрочным обязательствам (коэффициент срочности).

Если коэффициент ликвидности будет больше единицы, то предприятие считается ликвидным. А если он окажется меньше, то такому предприятию трудно получить новые кредиты, а существующие кредиторы постараются срочно вернуть свои ссуды.

Окупаемость – является одним из критериев прибыльности, который позволяет судить о том, насколько быстро предприниматель способен вернуть денежный капитал, вложенный им в дело. Он определяется путем деления вложенных денежных средств (капиталовложений) на величину годовой прибыли. В результате получится количество лет, за которые средства окупаются (оптимально считается не более 5 лет).

Скорость оборачиваемости капитала – измеряется в виде соотношения между выручкой от продаж товаров за определенный период и денежной величиной активов фирмы, за счет которых удалось получить и сбыть товар.

Показатель характеризует мобильность использования средств, вложенных в дело. Чем быстрее происходит оборот средств, тем большую прибыль можно получить за период их использования (месяц, квартал, год).

Критерий устойчивости показывает степень обеспеченности фирмы собственными средствами и ее зависимость от внешних источников финансирования. Определяется он как отношение внешних обязательств фирмы в денежном выражении, то есть заемных средств, к собственным средствам. Положительным результатом окажется, если этот показатель будет значительно меньше единицы.

В финансовом отношении фирма будет считаться независимой и устойчиво действующей, если будет в большей степени обладать собственными, внутренними источниками финансирования и чем меньше будет использовать кредиты и внешние инвестиции. Только в этом случае фирма в меньшей степени будет подвержена риску и гарантировать устойчивость своей деятельности.

2. Понятие лизинга и его роль в бизнесе

Предприниматель должен обладать многими способностями, пройти сложный путь для открытия своего дела. Но главным препятствием является отсутствие финансовых ресурсов. Несмотря на множество источников (банковские кредиты, спонсоры, фонды и др.), особенно в периоды устойчивой тенденции снижения инвестиционной активности, получить средства почти невозможно. В таких ситуациях на помощь предпринимателю приходит лизинг.

Лизинг – особый вид арендных отношений, при котором одна сторона (лизингодатель) по поручению другой стороны (лизингополучателя) приобретает у третьей стороны (продавца) в собственность обусловленное договором лизинга имущество (объект лизинга) и предоставляет его лизингополучателю за плату на определенных, таким договором условиях во владение и использование на срок, превышающий двенадцать месяцев.

Лизинг происходит от английского, означающее арендовать, сдавать в наем. Объектами лизинга могут быть непотребляемые вещи, в том числе предприятия, имущественные комплексы, здания, сооружения, оборудование, транспортные

средства. Объектами лизинга не могут быть земельные участки и другие природные источники.

Впервые прообраз лизинга появился в 1877 г. когда телефонная компания «Белл» решила не продавать аппараты, а сдавать их в аренду, что дало стимул быстрому развитию услуг связи. Автомобильный бум начался в 20-х годах прошлого века по инициативе Генри Форда, использовавшего аренду для расширения сбыта автомобилей. Особенно широко лизинговые соглашения стали развиваться в 50-е годы в США, а затем и в Европе.

Сегодня лизинговая система стала широко распространенной формой бизнеса во многих странах. В США через лизинг осуществляется финансирование 20-25% капиталовложений, в Великобритании – 20%, во Франции – 17%, в Германии – 15%, в Австралии – 33%. Лизинговые компании Европы ежегодно вкладывают более 200 млрд. евро. При этом лизинг недвижимости составляет 40, а лизинг оборудования – 160 млрд. евро. Наиболее распространен лизинг легковых автомобилей – 33%, производственного оборудования – 25%, грузовых автомобилей – 19%, компьютеров и офисного оборудования – 12%, самолетов и кораблей – 4% от общего объема лизинга.

Привлекательность бизнеса для компаньонов, особенно для малых предприятий, испытывающих недостаток финансовых средств, заключается в следующем:

Возможность получения дорогостоящего оборудования без крупных начальных вложений или временного использования техники при сезонных нагрузках;

Лизинговые платежи осуществляются из прибыли от арендуемого имущества и не подлежат налогообложению, так как представляют собой арендную плату;

Лизинговые платежи можно оплачивать сырьем или продукцией, произведенной на арендуемом оборудовании;

Позволяет предпринимателю уменьшить потребность в кредитах и выплаты процентов за пользование кредитом;

При лизинге не нужно залогового имущества как при получении кредита, так как за лизингодателем сохраняется право собственности на объект лизинга.

Выгода лизинга в том, что он позволяет начать производство в условиях отсутствия или недостатка первичного капитала. Ведь есть большая разница между покупкой оборудования и взятием его в аренду. В процессе лизинговых операций

осуществляется не денежный, а товарный кредит, что существенно повышает надежность кредитования, так как деньги можно использовать и не по назначению, а оборудование – только для нужд производства.

Выгоден лизинг и для продавца имущества и для лизингодателя, ввиду возможности реализации дорогостоящего оборудования с использованием кредита. Кроме того, снижается риск потерь в связи с неплатежеспособностью клиента. Расширяется также круг заказчиков за счет вовлечения клиентов из других сегментов рынка. Создается возможность для долговременного сотрудничества при долгосрочной аренде, что повышает стабильность в работе на рынке. Увеличивается совокупная выручка участников, так как лизинговый контракт может включать различные виды услуг (техническое обслуживание, обучение, наем специалистов и т. п.).

Одним из преимуществ лизинга является применение метода ускоренной амортизации. Этот метод был положен в основу лизинга и сделал его конкурентоспособным по сравнению с обычной арендой и кредитом. Лизинг стал сильным финансовым инструментом, в основном, благодаря налоговым преимуществам по ускоренной амортизации.

Ускоренная амортизация – это способ амортизации, при котором в первые годы эксплуатации основных фондов предполагается больший объем отчислений на амортизацию, означающий ускоренное списание стоимости основных фондов на себестоимость готовой продукции. При этом амортизация в первый год начисляется к полной стоимости основных фондов, а в последующие годы к остаточной стоимости, что видно из следующего примера. Допустим, срок службы оборудования – 10 лет, стоимость его – 100 тыс. сумов, норма амортизации в первые три года – 25%. Тогда в первый год амортизационные отчисления составляет 25 тыс. сумов, во второй год отчисляться будет тоже 25% или 18,8 тыс. (25% от 75 тыс.). на третий год – 14 тыс. (25% от 56,2 тыс.). Таким образом, за три года списывается почти 60 тыс. сумов или более половины стоимости оборудования, переданного в лизинг.

Метод ускоренной амортизации имеет ряд выгод.

Страхование от потерь морального износа вследствие обесценения под влиянием научно – технического прогресса.

Рост конкурентоспособности, поскольку ускоренное накопление большей части амортизационного фонда в первые годы позволяет приобрести более прогрессивное оборудование.

Амортизационные отчисления – это деньги, которые могут принести дополнительный доход лизингополучателю.

сокращаются размеры облагаемой налогами прибыли и соответственно уменьшаются налоговые платежи, так как сумма амортизационного фонда не облагается налогом.

В Германии устанавливается ускоренная амортизация для зданий % в первые года, а в последующие она снижается до 5-2,5%. Для машин и оборудования разрешается тройное увеличение ежегодных амортизационных норм в первые несколько лет. В США для машин и оборудования при сроке списания в 5 лет разрешается в первые два года списывать 64% их стоимости. В России допускается применение коэффициента к основной норме амортизации для субъектов малого и среднего бизнеса до двух, а для объектов лизинга – до трех. Малые предприятия могут списывать дополнительно до 50% первоначальной стоимости основных фондов со сроком службы более трех лет.

Эти и другие преимущества лизинга позволяют вовлечь в сферу хозяйственной деятельности широкий круг субъектов и тем самым ускорить развитие бизнеса в целом.

Современный лизинг, как вытекает из сказанного, выполняет ряд важных функций в социально – экономическом плане. Это дополнительные инвестиции в условиях недостатка средств и имущества у малых предприятий. Лизинг увеличивает численность занятых в производстве товаров и услуг. Он является источником создания дополнительных основных фондов, совершенствования технико-технологической базы предприятий. Лизинг способствует инновационной деятельности, так как во многих случаях средства в качестве лизинга предоставляются для предприятий, желающих претворить идеи в производстве новых товаров и предоставлении новых услуг, а также внедрить технологические новшества.

3. Разновидности лизинга и лизинговый контракт

Одним из основных видов лизинга является финансовый лизинг, который характеризуется следующими требованиями:

по окончании срока договора лизинга объект лизинга может перейти в собственность лизингополучателя;

по окончании срока договора лизинга лизингополучатель обладает правом выкупа объекта лизинга по цене ниже рыночной стоимости объекта лизинга на дату реализации этого права;

общая сумма лизинговых платежей за период договора лизинга превышает 90% стоимости объекта лизинга.

Финансовый лизинг подразделяется на два вида.

Прямой лизинг, который целесообразно применять в случае, когда предприятие нуждается в переоснащении уже имеющегося технического потенциала. В этом случае по каналам лизинга может приобретаться комплексное оборудование для какого – то цеха или отдельные агрегаты. Лизинговая фирма обеспечивает стопроцентное финансирование, рассчитывается с заводом изготовителем, передает оборудование непосредственно лизингополучателю, который рассчитывается за него с лизинговой фирмой в течение срока аренды.

Возвратный лизинг – это получение дополнительных финансовых ресурсов под залог собственных основных средств заказчика, что является альтернативой кредитных операций. Лизинговая фирма приобретает имущество у лизингополучателя и тут же предоставляет это имущество ему в аренду. Договор распространяется на весь период службы оборудования и предусматривает последующий переход права собственности вновь к лизингополучателю. Таким образом, предприятие получает финансовые средства под залог собственного имущества.

Иначе говоря, первоначальный собственник получает от лизинговой компании полную стоимость оборудования, сохраняет за собой право владения и лишь выплачивает периодически платежи за пользование оборудованием. Значит, прямой и возвратный лизинг предоставляет возможность одновременно осуществлять капиталовложения и сразу получать доходы от них. Это особенно важно для небольших предприятий в период создания рыночных отношений.

Разновидностью лизинга является сублизинг, при котором лизингополучатель вправе сдать объект лизинга, полученный по договору лизинга, во временное пользование третьему лицу с письменного согласия лизингодателя, оставаясь перед ним ответственным по заключенному договору.

Кроме этого есть еще и другие виды лизинга.

Чистый лизинг - дополнительные расходы по обслуживанию арендуемого оборудования берет на себя арендатор.

Полный лизинг – расходы по обслуживанию берет на себя арендодатель.

Косвенный лизинг – сдача в аренду ведется через третье лицо.

Срочный лизинг представляет собой одноразовую аренду.

Возобновляемый (револьверный) лизинг – договор лизинга продолжается по истечении первого срока.

Широкое использование лизинга привело к существенному увеличению числа компаний, специализирующихся в этой сфере, а также расширению круга организаций, которые стали принимать участие в лизинге. В США лизинговые компании подразделяются на сервисные и финансовые в зависимости от предоставляемых ими услуг.

Сервисные лизинговые компании, передавая оборудование во временное пользование, берут на себя все или часть обязанностей, связанных с его обслуживанием, контролируют оплату налогов, ведение бухгалтерских книг, консультируют пользователя в отношении эксплуатации оборудования.

Финансовые лизинговые компании таких обязательств на себя не принимают, выступая лишь как «поставщики кредита».

Существуют также лизинговые брокерские компании, основной функцией которых является сведение пользователя, желающего взять объект лизинга в пользование, изготовителя или оптовую фирму и банк, которые могут организовать сделку. Лизинговый брокер не выступает как участник отношения по лизингу, он лишь осуществляет посреднические функции при возникновении этих отношений, за что получает комиссионное вознаграждение.

В последнее время активную роль в лизинге играют банки, участие которых может быть прямым, если они непосредственно сдают оборудование и другие средства во временное пользование и косвенным, если они предоставляют ссуду лизинговым компаниям.

Участвуют в лизинговых операциях и страховые компании. Надо отметить, что активизация их деятельности наблюдается не только в области лизинга. Они наряду с банками стали играть заметную роль в кредитной системе. В странах

Западной Европы и США они становятся одним из основных поставщиков долгосрочного кредита.

В последние годы в лизинге стали принимать участие и пенсионные фонды. Объясняется это увеличением их роли в кредитно – финансовых отношениях, что позволяет им пополнять свои фонды.

Спрос на рынке лизинга определяют, в первую очередь, предприниматели всех отраслей экономики, а также государственные предприятия и отдельные граждане. Лизинговые компании предъявляют строгие требования к кредитоспособности своих потенциальных клиентов. Эту процедуру они проводят также, как банки при выдаче кредита, проверяя платежеспособность будущих пользователей объекта лизинга.

Для выдачи и получения лизинга участвующие стороны заключают лизинговый контракт. Он заключается по трехсторонней или двусторонней форме, что показано на схеме 1.

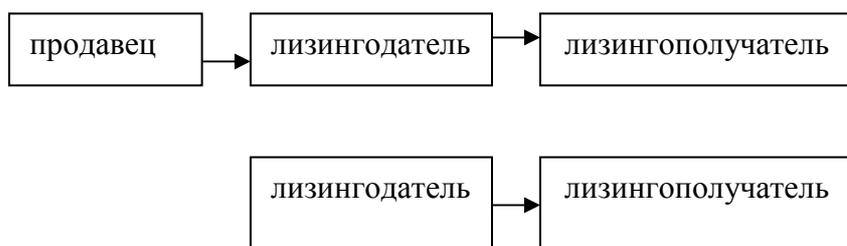


Схема 1. Виды лизингового контракта

При заключении договора лизинга необходимо соблюдение следующих основных условий:

Описание объекта лизинга: количество, качество, перечень, контрактная стоимость объекта лизинга, общая сумма договора;

Обязательства сторон, связанные с приобретением и передачей объекта лизинга;

Порядок передачи объекта лизинга, включая порядок поставки, монтажа и введения объекта в эксплуатацию;

Условия, размеры, сроки и порядок уплаты лизинговых платежей;

Обязанности сторон по использованию, хранению, содержанию, и ремонту объекта лизинга;

Срок действия договора.

Кроме того в договор по соглашению сторон могут быть включены дополнительные условия: порядок выкупа объекта лизинга, его страхование, оказание дополнительных услуг и др.

До заключения контракта лизинговые сделки проходят ряд этапов. В начале идет поиск субъектов и вступление их в контракт. Затем следует запрос лизингополучателя в лизинговую компанию о предмете сделки. Лизингодатель разрабатывает предложения, определяет круг производителей оборудования, оценивает потенциальные возможности заказчика, определяет возможный риск, рассчитывает сумму сделки, длительность контракта, ставки лизинговых платежей и т.д. при согласии заказчика на предложенные условия, направляется заказ на изготовление оборудования или его закупку. В конце следует трехстороннее или двухстороннее подписание акта приемки оборудования.

Лизинговый контракт обычно заключается сроком на 3-5 лет. Но в некоторых случаях срок определяется в зависимости от амортизационного периода.

Лизинговые платежи, уплачиваемые лизингополучателем, включают стоимость амортизации объекта лизинга, расходы понесенные лизингодателем по договору лизинга, а также доход (маржу). Платежи разделяются на весь срок действия договора и выплачиваются частями (ежемесячно, ежеквартально, за полугодие или раз в год). Кроме того есть плата за дополнительные услуги, если их оказывает лизингодатель. За страхование объекта лизинга страховые платежи уплачивает лизингодатель.

По окончании срока договора лизингополучатель может выбрать одно из трех возможных решений: а) возврат лизинговой фирме имущество в исправном состоянии, б) возобновить лизинговый контракт на новый срок, в) приобрести имущество в собственность по остаточной стоимости.

В «Законе о лизинге» подробно изложены права и обязанности лизингодателя, лизингополучателя, продавца объекта лизинга, определены права собственности участников лизингового соглашения, а также ответственность каждого из них.

4. Практика использования лизинга в Узбекистане

С целью развития лизинговой деятельности в республике были приняты меры законодательного характера:

1. Закон Республики Узбекистан о лизинге (14 апреля 1999 г.).

2. Положение о порядке проведения финансового лизинга банками Республики Узбекистан (7 мая 1999 г.).
3. Узбекистан присоединился к Оттавской Конвенции «О международном финансовом лизинге» (май 2000 г.).
4. Указ «О дальнейшем стимулировании развития лизинговой деятельности» (28 августа 2002 г.).
5. Олий Мажлис принял поправки к закону «О лизинге» (13 декабря 2002 г.).
6. Постановление КМРУз. «О мерах по дальнейшему развитию лизинговых услуг» (апрель 2004 г.).

Благодаря этим решениям лизинг получил новые стимулы, а лизингодатели и лизингополучатели наделены были рядом льгот, что позволило значительно расширить возможности для развития лизинговой системы.

Так при импорте современного технологического оборудования на условиях лизинга предпринимательские структуры освобождены от уплаты таможенных платежей, импортных налоговых пошлин и налога на добавленную стоимость. Эти льготы снижают стоимость лизинговых операций на 40%, а это значит, что появилась конкуренция между финансовым лизингом и банковским кредитом. Лизингополучатели освобождены от уплаты налога на имущество, переданное им в лизинг, тогда как ранее они составляли 2% от стоимости объекта лизинга. С лизингодателя снято обязательство финансировать операции исключительно из собственных средств.

На начало 2006 года лизинговые операции в Узбекистане осуществляли 11 компаний и 16 банков, деятельность некоторых из них показана в табл. 1.

Таблица 1

Деятельность компаний и банков по осуществлению лизинга по состоянию на 1.01.06.

№	Наименование компаний и банков	Год начала операци й	Осуществлено операций		Объекты лизинга
			количество	млн.долл	
Лизинговые компании					
1	АО Узбеклизинг интернейшлн	1995	100	28,0	импорт оборудования от 50 до 1,7

					млн.долларов
2	Азиатско – европейская трастовая компания	1996	30	29,7	Импорт оборудования, инвестирование капитала в МСБ
3	Универсальная лизинговая компания «Барака»	1996	305	37,0	Внутренний лизинг от 100 до 60 тыс. долларов
4	Узкейсагролизинг	1997	106	55,0	Сельхозтехника фирмы «Кейс»
5	Узсельхозмашхолдинг	1999	11040	162,0	Сельхозтехника местного производства
Коммерческие банки					
1	Нац. Банк ВЭДРУз	1996			Самолеты
2	Пахтабанк	1998			Сельхозтехника и автотранспорт
3	Узжилсбербанк	1998			Автотранспорт и технологич. оборудование
4	Банк «Ипак йули»	2000			Автотранспорт, компьютеры, недвижимость
5	Тадбиркорбанк	2002			Сельхозтехника и автотранспорт
6	Галлабанк	2002			Сельхозтехника

Лизинговый бизнес с каждым годом наращивает свою деятельность. Только за 2005 г. финансовыми учреждениями и организациями осуществлено около 4 тысяч лизинговых сделок, против 2800 в 2004 г. Лизинговыми компаниями передано в лизинг имущества стоимость 64 млрд.сумов, что в два раза больше, чем в 2004 г. Объем лизинговых операций коммерческих банков составил 16,5 млрд.сумов (в 2004г. 10,4 млрд.сумов). В апреле 2005 г. была создана Ассоциация лизингодателей Узбекистана, которая призвана заниматься дальнейшим совершенствованием

законодательства в этой сфере, оказывать методическое и практическое содействие лизинговым учреждениям в их деятельности, развивать лизинговый бизнес в Узбекистане, изучать и использовать лизинговый процесс зарубежных стран.

Лизинговые операции в Узбекистане берут свое начало с 1993 г., когда национальная авиакомпания «Ўзбекистон ҳаво йўллари» закупила первые пассажирские самолеты ведущих мировых производителей.

Но главную роль лизинговые компании и коммерческие банки в основном выполняют для оснащения оборудованием и другими средствами малые и средние предприятия. Получив поддержку со стороны государства в виде благоприятного режима налогообложения, лизинговые структуры имеют стимул для выхода на рынок лизинговых услуг.

Одной из первых на этом рынке стала действовать Универсальная лизинговая компания «Барака», которой присвоен статус члена Европейской Федерации ассоциаций лизинговых компаний. Одной из операций стал контракт с Израилем о поставке по лизингу 15 мини – молокозаводов, стоимость каждого из них по 190 тыс.долл., перерабатывающего 2000 литров молока в сутки и вырабатывающего 8 наименований молочных продуктов.

Одной из успешно действующих является Международная компания «Узбеклизинг интернешнл АО», учрежденная НБУ, ЕБРР, МФК, «Мейбанком» (Малайзия). Она выполняет обширный круг задач; долгосрочное финансирование закупок и использование технологического оборудования; привлечение передовых технологий в рамках лизинга в приоритетные отрасли экономики, в целях увеличения экспортного потенциала и развития импортозамещающих производств; предоставление лизинговых услуг малым предприятиям, производящим товары потребления; разработка методологии проведения лизинговых процедур и рекомендаций по развитию рынка лизинговых операций в республике. За 10 лет деятельности компания реализовала более сотни лизинговых проектов на 30 млн. долл.

Компания функционирует на следующих условиях: срок лизинга 1-5 лет, финансируются проекты от 50 тыс. до 1,2 млн.долл., залоговое обеспечение 50% от стоимости проекта, ставка 15% в долларах и 25% при финансировании в сумах.

В основе философии компании стоят, прежде всего, интересы клиентов. Компания помогает предпринимателям расширить существующий бизнес,

содействовать в достижении устойчивого прибыльного роста для последующего превращения фирмы в быстро развивающихся лидеров своего сегмента рынка.

Лизинговая компания «Узсельхозмашлизинг» успешно и продуктивно помогает сельским производителям, и весьма на льготных условиях. Компания поставляет сельхозтехнику местного производства по лизингу сроком на 7 лет, 15% стоимости техники оплачивают в виде аванса фермерские хозяйства, 85% оплачивает сама компания за счет займов Министерства финансов, ставка 50% от ставки рефинансирования Центрального банка.

5. Сущность и виды франчайзинга

Мировая практика рыночных отношений накопила множество форм делового партнерства между государством, крупным и малым предпринимательством. Одной из них является франчайзинг, который представляет собой форму кооперации, сотрудничества между крупными и малыми предприятиями, создания привилегированных деловых связей (франчайзинг – фран. льгота, привилегия).

Суть системы франчайзинга заключается в том, что крупная фирма (франчайзер) предоставляет право мелкому предприятию (франчайзи) в течение определенного времени и в определенном месте вести предпринимательскую деятельность с использованием ее торговой марки, технологии производства, Ноу-хау, наименования в форме, которая определяется договором.

Крупная фирма обязуется снабжать мелкую фирму товарами, рекламными услугами, разрешает использовать название и товарный знак. мелкая фирма обязуется предоставить крупной компании услуги с учетом местных условий и выполнять ее указания.

Система франчайзинга осуществляется по разному и поэтому она подразделяется на виды: торговый, производственный, деловой.

Торговый франчайзинг. Производитель, обладающий товаром, защищенным торговой маркой, заключает договор о поставке товара, условиях продажи с фирменным магазином. Сюда можно отнести рынки электротоваров, вычислительной техники, компьютеров и других. Например, независимые агенты по сбыту (дилеры) заключают с автомобильными фирмами на право продажи их автомобилей в определенном районе. В своем районе дилер отвечает также за

обслуживание автомобилей у потребителей, своевременную доставку запасных частей и ремонт.

Производственный франчайзинг. Этот вид широко распространен в производстве безалкогольных напитков (Coca-cola, PepsiCo), продуктов питания (Mars, Nestle), косметики, бытовой химии (Hejo, Procter@Gamble). Каждый из региональных и упаковочных предприятий становится франчайзи от основной компании, которые продают концентраты и другие компоненты, необходимые для производства местным фирмам, которые затем смешивают компоненты, разливают и упаковывают продукцию, а затем продают ее под этикеткой крупной фирмы.

Деловой франчайзинг. При таком сотрудничестве малой фирме предоставляется целый деловой пакет. Так, фирма «McDonalds» предоставляет услуги: выбор местоположения ресторана, контроль за его строительством и оформлением, проведение курса обучения персонала, семинаров и выставок, содействие в поиске поставщиков и получении сырья, предоставление имени, марки, рекламы, поддержки менеджмента и маркетинга.

Система франчайзинга очень успешно развивается во многих странах. В США в начале XXI века франчайзными соглашениями были охвачены 530 тысяч малых фирм, их оборот составлял более 700 млрд. долл., в том числе американские фирмы владеют более чем 32000 торговыми предприятиями других стран. В Канаде эта система охватывает 9500 предприятий, в Японии – 9000, в западной Европе – 5000.

В Узбекистане этот вид бизнеса только начинает пробивать путь в рыночной экономике. В гражданском кодексе договор франчайзинга отнесен к типичному договору современного рынка, требующего законодательного регулирования в части вопросов касающихся защиты потребителей. Но необходимо сделать большее: создать законодательную базу о франчайзинге, как это сделано в отношении лизинга.

В настоящее время в Узбекистане складывается два основных направления развития франчайзинга: 1) проникновение в республику иностранных фирм, привлекающих в качестве франчайзи предпринимателей Узбекистана, 2) развитие франчайзинга узбекскими фирмами. Оба эти направления начинают постепенно развиваться. Как и в других странах франчайзинг перспективен в таких сферах бизнеса как производство и реализация технически сложной продукции,

предназначенной для населения, оказании помощи в организации и ведении бизнеса (управленческое консультирование, аудит, реклама, делопроизводство и т.п.), отдых и развлечение (туризм, спорт, гостиничное хозяйство), общественное питание, розничная торговля и другие.

Для реализации проектов франчайзинга в этих отраслях было бы полезно подключиться некоторым инфраструктурным звеньям, которые в роли посредников подбирали бы партнеров и создавали условия для заключения франчайзинговых соглашений. В их сферу деятельности входило бы не только решение внутреннего, но и международного франчайзинга.

Рыночная экономика не может не привести к использованию этой выгодной формы сотрудничества между крупными и мелкими предприятиями. Широкое распространение франчайзинга весьма выгодно для населения страны, которое получит дополнительные рабочие места, а также возможность приобретать широкий ассортимент товаров местного производства высокого качества. Выгодно это и государству, как дополнительный фактор развития предпринимательства и как источник пополнения государственного бюджета.

Система франчайзинга имеет немалые преимущества как для франчайзера, так и для франчайзи.

Преимущества для франчайзера: быстрое расширение рынков сбыта, увеличение объема продаж и территориальное расширение бизнеса; отсутствие расходов на содержание персонала управления; более низкий уровень собственных капиталовложений; подъем престижа фирмы и его товарного знака, признание потребителей, рост доверия к качеству, рост прибыли.

Преимущества для франчайзи: возможность стать самостоятельным с минимальными начальными капитальными вложениями при всесторонней поддержке опытного франчайзера; приобретение репутации среди потребителей за счет ведения бизнеса под признанным товарным знаком и фирменным наименованием; возможность за умеренную плату использовать результаты рекламных мероприятий, научных разработок и маркетинговых исследований, проводимых франчайзером, гарантированность постоянного снабжения.

6. Организация договорных соглашений в системе франчайзинга

Франчайзинговая система предпринимательской деятельности основывается на франчайзном соглашении (договоре), когда франчайзер обязуется предоставить франчайзи помощь в виде различных услуг, а последний готов их оплачивать. Соглашение включает права и обязанности сторон.

Крупная фирма, которая стремится привлечь независимых предпринимателей к заключению соглашения, обычно берет на себя следующие обязательства:

Проводить маркетинговые исследования для оценки потенциального спроса на продукцию или услуги в конкретных районах деятельности получателя франчайзинга;

Оказывать консультационную помощь и поддержку в выборе помещения, доставке оборудования и подготовке его к работе;

Проводить подготовку и периодическую переподготовку менеджеров и сотрудников малого предприятия по технологическим и управленческим проблемам;

Поставлять необходимое оборудование, сырье и компоненты по заказам малого предприятия;

Оказывать помощь в выборе источников финансирования (предоставлять кредиты, или выступать поручителем).

Малая фирма, получающая франчайзинг обязуется:

Внести одноразовую плату при организации предприятия;

Регулярно выплачивать франчайзеру фиксированные платежи за предоставляемые услуги и от общего объема продаж;

Выполнять все виды технологических и коммерческих операций в строгом соответствии с инструкциями франчайзера;

Поддерживать уровень запасов, необходимых для бесперебойного обслуживания потребителей;

Производить товары, оказывать услуги, качество которых должно соответствовать требованиям компании.

К подписанию договора обе стороны должны отнестись со всей серьезностью, так как они не обязаны отвечать за действия, долги, налоги другой стороны. Поэтому договаривающиеся партнеры тщательно рассматривают и изучают положения договора, консультируются у специалистов до его подписания. Особенно это должен делать предприниматель малой фирмы, ибо при неудачной сделке он будет

испытывать больше трудностей, чем крупная компания. Западные специалисты дают следующие советы тем, кто желает вступить в соглашение с крупной компанией:

1. Проявите определенную долю скептицизма относительно франчайзинга.
2. Сами выбирайте консультантов, проведите свои расчеты, чтобы проверить прогнозы фирмы франчайзера.
3. Попросите юристов тщательно просмотреть контракт.
4. Будьте особенно внимательны, если фирма, которая вас интересует, впервые продает право использовать свое имя.
5. Обратите внимание на договоренность о покупке оборудования и сырья. Вы не должны покупать новое оборудование, если в этом нет необходимости. Вы должны иметь право на заключение договоров с другими поставщиками сырья.
6. По возможности изучите фирму – франчайзер, так как вы заинтересованы в ее успешной деятельности.
7. Проведите собственные рыночные исследования, не доверяйте только данным фирмы: кто покупатели данного товара или услуги?, что они хотят?, какой прогнозируется спрос?, кто основные конкуренты?
8. Убедитесь, что товарная марка зарегистрирована в вашей стране или товар запатентован.
9. Как будет осуществляться реклама? Какие обязательства по рекламе берет на себя фирма?
10. Что случится, если вы столкнетесь с трудностями? Будет ли оказана помощь, кем и какая? Что произойдет, если оборудование выйдет из строя?

Немаловажно задаться и такими вопросами: возможность завещания собственного дела родственникам, целесообразность изменения местоположения предприятия, возможность расширения предпринимательской деятельности. Не лишним будет и знание о затратах получателя франчайзинга. Следует сказать, что это не очень дешевая процедура. Так, первоначально уплачиваемое одноразовое вознаграждение франчайзеру составляет в США от 25 до 100 тыс. долл., а постоянные отчисления от доходов равны 3-12%. Кроме того, крупная фирма получает доходы от сдачи в аренду недвижимости, оборудования и от других услуг. Все эти затраты франчайзи должен соизмерять с предстоящими собственными прибылями от хозяйственной деятельности. Такое детальное

перечисление советов и наставлений совершенно не лишне, так как обе стороны вступают в длительные, всесторонние и сложные взаимоотношения и каждая сторона должна преследовать свои интересы в таком бизнесе как франчайзинг.

В рассматриваемой системе между сторонами важное значение имеет установление деловых взаимоотношений. Они должны строиться на полном равенстве, доверительном отношении, не должно быть никакого диктата, навязчивого контроля и недоверия. Франчайзер через обмен информацией, оказание маркетинговых услуг, повышение квалификации работников должен оказывать поддержку франчайзи, создавать условия для его потенциального роста и инновационного развития. Франчайзи со своей стороны обязан честно и добросовестно выполнять условия договорных отношений, завоевать репутацию надежного партнера.

Контрольные вопросы:

1. Что представляет собой система франчайзинг? Какова история ее возникновения?
2. По каким признакам ведется классификация видов франчайзинга?
3. Каковы права и обязанности головной фирмы и фирм-операторов?
4. Каковы преимущества и недостатки системы франчайзинг для ее участников – головной фирмы, фирм-операторов и потребителей?
5. Почему система франчайзинг бурно развивается в современный период?
6. Каковы особенности франчайзинга в Узбекистане?
7. Назовите зарубежные и отечественные фирмы, работающие по системе франчайзинг в Узбекистане?

Литература:

1. Закон Республики Узбекистан о лизинге. 1999 г.
2. Положение о порядке проведения финансового лизинга банками Республики Узбекистан. 1999 г.
3. Указ «О дальнейшем стимулировании развития лизинговой деятельности» 2002 г.
4. Постановление КМРУз. «О мерах по дальнейшему развитию лизинговых услуг» 2004 г.
5. Блинов А.О., Шапкин И.Н. Малое предпринимательство: Теория и практика: Учебник. – М., 2003.
6. Бусыгин А.В. Предпринимательство: Учебник. – М., 2001.
7. Предпринимательство: Учебник / Под ред. М.Г. Лапусты. – М., 2002.
8. Предпринимательство: Учебник для вузов / Под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. – М., 1999.
9. Рубе В.А. Малый бизнес: история, теория, практика. – М., 2000.
10. Шаркова А.В., Курова Т.П. Экономика малого предпринимательства: Учебное пособие. – М., 2001