

НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.03/30.12.2020.1.16.02 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

МУРАДОВА НАРГИЗА УЛЖАЕВНА

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА
ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ

08.00.11 – Маркетинг

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам

Ташкент – 2021

УДК: 339.138:330.322

Оглавление автореферата диссертации доктора философии (PhD)
по экономическим наукам

Иқтисодийёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)
диссертацияси автореферати мундарижаси

Content of dissertation abstract of doctor of philosophy (PhD)
on economical sciences

Мурадова Наргиза Улжаевна Повышение эффективности развития рынка лизинговых услуг в Узбекистане	3
Мурадова Наргиза Улжаевна Ўзбекистонда лизинг хизматлари бозорини ривожлантириши самарадорлигини ошириши	25
Muradova Nargiza Uljaevna Improvement efficiency of the leasing services market in Uzbekistan	47
Эъдон қилинган ишлар рўйхати Список опубликованных работ List of published works.....	51

НАУЧНЫЙ СОВЕТ DSc.03/30.12.2020.1.16.02 ПО ПРИСУЖДЕНИЮ
УЧЕНЫХ СТЕПЕНЕЙ ПРИ ТАШКЕНТСКОМ ГОСУДАРСТВЕННОМ
ЭКОНОМИЧЕСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ
САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

МУРАДОВА НАРГИЗА УЛЖАЕВНА

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА
ЛИЗИНГОВЫХ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ

08.00.11 – Маркетинг

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации доктора философии (PhD) по экономическим наукам

Ташкент – 2021

Тема диссертации доктора философии (PhD) зарегистрирована в Высшей аттестационной комиссии при Кабинете Министров Республики Узбекистан за номером В2019.3.PhD.1454

Диссертация выполнена в Самаркандском институте экономики и сервиса.
Автореферат диссертации на трёх языках (узбек, рус, англ. (резюме)) размещён на веб-сайте Научного совета (www.ivo.uz) и на информационно-образовательном портале «ZiyoBola» (www.ziyo.net/uz).

Научный руководитель: **Зайналов Дилшодир Расуллович**
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Сувинов Дилмурод Холмуродович**
доктор экономических наук, доцент

Сабиров Овбокс Шамсидинович
кандидат экономических наук, доцент

Ведущая организация: **СП АО "UZBEK LIZING INTERNATIONAL A.O."**

Защита диссертации состоится «8» 09 2021 года в 16⁰⁰ часов на заседании Научного совета DSc.03/30.12.2020.1.16.02 по присуждению учёных степеней при Ташкентском государственном экономическом университете. Адрес: 100066, г. Ташкент, проспект Ислама Каримова, 49. Тел.: (99871) 239-01-49; факс: (99871) 239-41-23; e-mail: info@ivo.uz.

С диссертацией доктора философии (PhD) можно ознакомиться в информационно-ресурсном центре Ташкентского государственного экономического университета (зарегистрирована за № 16094). Адрес: 100066, г. Ташкент, проспект Ислама Каримова, 49. Тел.: (99871) 239-28-75; факс: (99871) 239-28-75; e-mail: info@ivo.uz.

Автореферат диссертации размещён 08 09 2021 года
(протокол реестра № 16 от 01 09 2021 года).



М.Ш. Эвош
Председатель Научного совета по присуждению учёных степеней, д.э.н., доцент

Д.М. Мавлянова
Учёный секретарь Научного совета по присуждению учёных степеней, д.ф.н. (PhD)

Ш.Дж. Эргашариева
Продолжитель Научного семинара при Научном совете по присуждению учёных степеней, д.э.н., профессор

ВВЕДЕНИЕ (аннотация диссертации доктора философии)

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. На глобальном рынке лизинговых услуг имеется успешный опыт не только по вопросам формирования лизинговых взаимоотношений, но и по предложению финансовых, в частности лизинговых технологий для лизингодателей и продавцов. По данным 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»¹. Таким образом, на нынешнем уровне развития общества в результате повышения эффективности рынка лизинговых услуг, перспективного развития сферы услуг и значительного влияния на ВВП развитие рынке лизинговых услуг приобретает свою актуальность.

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 услуг»². Лизинг способствует развитию национальной экономики, в частности стимулирует работу поддержки инновационной политики во всех секторах экономики. Таким образом принято считать, что лизинг – один из ключевых инструментов поддержки инновационной активности потребителей (лизингополучателей), а также является средством адаптации производства к условиям внешней среды, тем самым растягивается жизненный цикл предпринимательства.

¹ Global Leasing Report - 2020. <https://www.whiteclarkgroup.com/> (дата обращения: 02.04.2020 год).

² Указ Президента Республики Узбекистан «О дополнительных мерах по обеспечению дальнейшего развития экономики и повышения эффективности экономической политики» от 8 января 2019 года и №571-5614 <https://lex.uz/docs/4147294>

Диссертационное исследование проводилось в рамках практического проекта за номером-646 «Методы создания агроэкологического комплекса» в соответствии с планом научно-исследовательской работы Самаркандского института экономики и сервиса.

Цель исследования является разработка предложений и рекомендаций по повышению эффективности развития рынка лизинговых услуг.

Задачи исследования:

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

определить экономическое содержание термины «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 механизм стратегического развития инновационной инфраструктуры лизинговой компании по модели инновационных лизинговых услуг;

разработать рекомендации по обеспечению повышения эффективности развития рынка лизинговых услуг.

Объектом исследования является лизинговые организации и деятельность рынка лизинговых услуг в Узбекистане.

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

Методы исследования. В процессе исследования использовались системный подход, методы сравнительного и статистического анализа, а также методы опроса, сегментирования и портфельного анализа.

Научная новизна исследования заключается в следующем:

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

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

обоснована на практике АО «O'zglobalizing» 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 ассоциации 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. В основе полученных научных результатов по повышению эффективности развития рынка лизинговых услуг:

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

научные предложения разработки и усовершенствования проекта инновационной платформы интерактивного цифрового маркетинг-плейса,

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 (приказ №26 от 3 января 2019 года и справка №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 (справка №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 (справка №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, рекомендательных Высшей аттестационной комиссии 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.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обоснована актуальность и необходимость темы, сформулированы цели и задачи, определены объект и предмет исследования, показано соответствие темы исследования в масштабе приоритетных направлений по науке и технологиям, изложены научные новизны и практические результаты, раскрыты теоретическое и практическое значение

результатов, приведены сведения об их внедрении в практику, а также указан список опубликованных работ.

В первой главе диссертации «Социально-экономическая сущность лизинговых услуг в условиях развития рыночных отношений» исследованы научно-методологические основы формирования лизинга и определены методологические подходы построения понятия системы лизинговых отношений с выявлением закономерностей их развития.

Понятие лизинга многогранно, многолико и по мере развития производства и услуг оно неоднократно менялось. Содержание определения лизинга можно расширить, но от этого сущность его не меняется. Сравнительно новыми признаками в предложенной классификации определении понятия лизинга являются организационные формы лизинговой деятельности лизингодателей (далее – ЛД) и лизингополучателей (далее – ЛП) и социально-экономическая деятельность лизинговых услуг (далее – ЛУ). Анализ научных взглядов экономистов⁶, считающих, что предмет науки о лизинге должен быть обусловлен изучением методов обновления материальной базы или основных фондов, на наш взгляд, показал их ограниченность, не достаточно убедительность и требование в дальнейшем проведении исследования. С одной стороны, в лизинге нуждается не только социально-культурная и административно-политическая инфраструктура общественной жизни, с другой – имеются требования в оптимальном регулировании, которые вырабатывает наука управления лизингом, и при этом маркетинговые механизмы развития ЛУ должны иметь универсальный характер для всех отраслей экономики.

С учетом этого в диссертационной работе отмечается, что состав 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 этой структуры источников формирования лизинга, нами была построена модель совместного удовлетворения потребностей субъектов в лизинге:

$$ПСЛ = ПЛ_б + ПЛ_к + ПЛ_{на} + ПЛ_{ва} + СС_с + ПЛ_{ва} \quad (1)$$

где ПЛ_б – потребность лизинга за счет бюджетных средств; ПЛ_к – потребность лизинга за счет кредитных ресурсов; ПЛ_{на} – потребность лизинга за счет сбережения населения; ПЛ_{ва} – потребность лизинга за счет прочих источников; СС_с – собственные средства субъекта; ПЛ_{ва} – потребность лизинга за счет взаимного обмена (на условиях лизинга) оборудование, машины и т.п.

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

⁶ Ахтин А.А. Инновационные лизинговые отношения в рыночной экономике: автореф. на соиск. уч. степени к.э.н. 2006, Казань, 24 с.; Козачкина О.А. Лизинговый механизм инвестирования в основной капитал капиталостроительных предприятий: автореф. на соиск. уч. степени к.э.н., Москва 2009, 21 с.; Путьин А.А. Лизинг как инвестиционный механизм в экономике регионов: автореф. на соиск. уч. степени к.э.н., Тамбов 2008, 22 с.

В контексте этого в диссертационной работе нами отмечается, что сначала следует прогнозировать будущие потребности объекта управления, затем их конкретизировать в виде ценностей, т.е. проектировать конкретный вид лизинга для удовлетворения конкретной потребности конкретных ЛП (рис. 1).



Рисунок 1. Цепочка определения потребительской ценности в лизинге⁷

Исследуя лизинг с учетом специфических свойств в диссертационной работе дается определение лизингу «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.

В диссертационной работе с учетом вышеназванного нами обосновываются методологические подходы к определению категории «лизинг», что позволило выделить четыре подхода, каждый из которых обладает неизбежными ограничениями, но в тоже время даст возможность внести свою лепту в решение поставленной задачи в области развития лизинговых отношений.

В контексте этого подхода в диссертационной работе отмечается, что эффективная деятельность ЛК на данном этапе невозможна без применения метода интегрированных маркетинговых коммуникаций, использование которых возможно только при всестороннем изучении коммуникационной деятельности ЛК и ее деятельности на рынке ЛУ, а также платной и основательной работе с ЛП.

При выборе маркетинговой стратегии, отмечено в диссертационной работе, необходимо помнить, что интегрированные коммуникации могут позволить с гораздо большей эффективностью потратить средства, так как интегральный эффект обеспечивает достижение больших результатов на каждый вложенный сум или значительную экономию при тех же результатах, что особенно является актуальным для отечественных ЛК, которые далеко не всегда могут позволить себе тратить значительные суммы на продвижение своей продукции (услуги ЛК).

Во второй главе диссертации «Маркетинговые исследования состояния лизинговых услуг и анализ факторов, препятствующих их развитию» проведен анализ критериев связей ЛК и маркетинговые исследования их конкурентоспособности, их влияние на развитие лизинга, а

⁷ Составлено автором
12

также предложен механизм управления хозяйственными рисками субъектов в целях выявления подходов к инвестированию лизинга.

В работе 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.

В работе отмечается, что сущность маркетинговых исследований на рынке ЛУ отражается в изучении состояния рынка и рыночной конъюнктуры, прогнозировании перспектив развития, наличии востребованных лизинговых продуктов, ценовой динамики в целях решения задачи успешного продвижения на рынок предложения ЛК. Также отмечается, что для подготовки и реализации вышеуказанных задач требуется детальный анализ внутренней и внешней среды ЛД, так как, маркетинговая среда устанавливает объективность дальнейшего делегирования стратегических задач развития деятельности ЛД на рынке ЛУ. Для достижения вышеназванной цели в работе отмечена необходимость целенаправленного анализа механизма воздействия субъектов лизинговой среды ЛД, а также оценка их влияния на управление организации элементами комплекса маркетинга. Обобщая теоретические подходы изучения маркетинговой среды ЛК, различающихся в зависимости от внутренней и внешней среды, следует обратить внимание и на связывающие звенья (рис.2).



Рисунок 2. Взаимосвязь звеньев маркетинговой среды ЛД и элементов комплекса маркетинга⁸

На основе маркетингового исследования, нами в работе был проведен анализ рынка ЛУ используя инструмент стратегического портфельного анализа и было изучено его состояние (табл. 1).

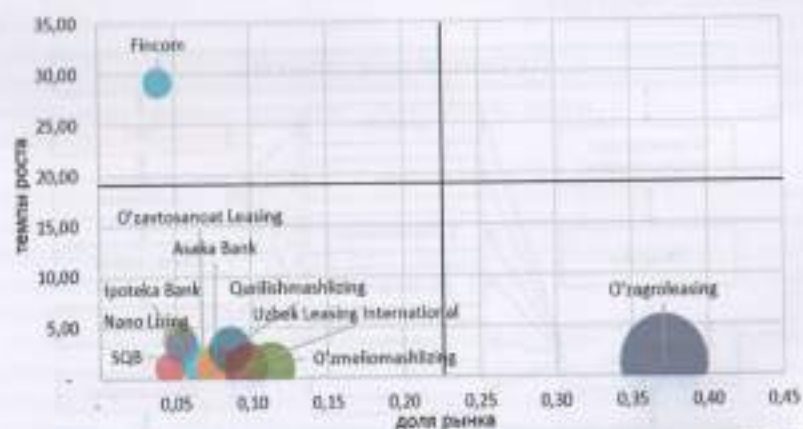
⁸ Составлено автором.

Таблица 1

Исходные данные лидирующих игроков рынка лизинговых услуг⁹

Наименование лидирующих игроков	Выручка (млрд.сум)		темп роста в %	коэффициент доли рынка к общему объему за 2019 г.
	2018 год	2019 год		
ООО Fincot	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'zmelkomashlizing	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
Итого	2 989 582,9	4 320 702,0	46,14	1,00

Далее построив матрицу BCG, можно принять соответствующие стратегии дальнейшей перспективы деятельности выше избранных участников, так как они являются ключевыми игроками отечественного рынка ЛУ (рис. 3).

Рисунок 3. Концентрация рынка лизинговых услуг по матрице BCG¹⁰

Стратегия матрицы в секторе «трудных детей» предлагает увеличение рыночной доли. В данном секторе оказался ООО Fincot, который появился на рынке в 2019 году с количеством в 2686 лизинговых сделок. Учитывая его «возраст» нами предлагается инвестирование и расширение территории

деятельности и выявить новые возможности в целях реализации перспективной деятельности.

Стратегия матрицы в секторе «собака» 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'zmelkomashlizing», представившимися «трудными детьми» в 2018 году, их положение в секторе «собака» оказалось по причине появления ООО Fincot. 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.

Стратегия матрицы в секторе «дойных коров» в основном опираются на том, что они являются источником финансирования секторов «звезд» и «трудных детей». Специфика рынка ЛУ дает возможность использования укрепившимся положением АО «O'zagroleasing» последние пяти лет, направить их на укрепление бизнес связей рынка ЛУ.

В рамках концентрации, рынок, к сожалению, не имеет «звездных» лизингодателей, так как существует заметная разница в показателях доли рынка продавцов лизинговых услуг. Необходимы также методологические подходы определения целесообразности маркетинга для установления деловых связей между поставщиками объектов лизинга и ЛК и последних с ЛП.

В работе отмечается, что правильный выбор цели и постановка задач анализа состояния и развития 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 базируются прочно на умении реализации риск-менеджмента. По нашему мнению, при реализации системы регулирования рисков лизинговых сделок необходимо придерживаться формирования резервов, т.е. в работе предлагается поддержка условий по формированию резервов в размере 5-20% согласно договору лизинга.

Вместе с этим, наряду с задачами, поставленными для разработки механизма регулирования хозяйственными рисками при лизинговых отношениях, нами предлагаются меры по поддержке финансовых возможностей ЛП в целях повышения эффективности реализации лизинговых сделок. Одним из наиболее точных можно назвать подход модели Альтмана Z-score, в которой предпочтение отдается определению уровня вероятности

⁹ Рассчитано автором на основе данных Лизинговой ассоциации Узбекистана.

¹⁰ Рассчитано автором на основе данных Лизинговой ассоциации Узбекистана.

потери финансовых возможностей хозяйствующих субъектов, тем самым в работе были предложены критерии оценки финансовых возможностей потенциальных ЛП и группы классов, согласно которым применяется соответствующая программа согласования параметров лизингового договора (табл. 2).

Таблица 2

Показатели оценки финансовых возможностей потенциального ЛП для принятия параметров лизингового договора¹¹

Параметры	Коэффициенты	ранг важности	Нормативные значения			
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
X ₁	Коэффициент текущей ликвидности	0,32	>3,0	1,5-2,0	1,0-1,5	<1,0
X ₂	Коэффициент автономии	0,12	>0,7	0,6-0,7	0,5-0,6	<0,5
X ₃	Рентабельность совокупных активов	0,03	>0,2	0,1-0,2	0-0,1	<0
X ₄	Коэффициент общей ликвидности	0,48	>3,0	2,5-3,0	2,0-2,5	<2,0
X ₅	Рентабельность товаров и услуг	0,05	>0,3	1,5-3,0	0-1,5	<0
Итого		1,00				

На основе вышеприведенной таблицы, проводятся расчеты нормативных значений параметров и группа, к которой относится ЛП, можно будет определить варианты условий параметров лизингового договора, в том числе и процентные ставки (табл. 3).

Таблица 3

Таблица определения группы потенциального ЛП и соответствующих параметров лизингового договора¹²

Группа	Пороговое значение ранга важности	Параметры договора лизинга			
		условия 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 увеличенным в начале	оптимальная	фиксированный
3	0,00 - 0,20	жесткий	увеличенные в начале	максимальная	укороченный

¹¹ Выбрано автором на основе рейтинговой оценки финансового состояния предприятий предприятий И.Н.Калининой

¹² Разработано автором

Предлагаемый подход поддерживает сбалансированность интересов участников лизинговых сделок и установления срока, пропорционально интенсивности изменениям процентных ставок для поддержки увеличения финансовых возможностей лизингополучателей.

А также, в работе предлагается проект информационной технологии с учетом сегодняшних требований экономики в вопросах трансформации, в частности формирования цифровой экономики при помощи LCDB (Leasing Customers Database) – это как проект, учитывает политику бизнес-партнерства с перспективой развития активности деятельности участников и повышения конкурентоспособности ЛД (рис. 4).



Рисунок 4. Схема конфигурации LCDB¹³

Запуск проекта LCDB может позволить получить информацию о клиенте, повысить качество обслуживания, оптимизировать трудовые и временные затраты и обеспечить оперативной информацией заинтересованные подразделения, в частности 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. Проект LCDB преследует следующие цели: использовать возможность IT; предоставлять клиентам особо ценное сочетание ЛУ с IT; своевременный сбор информации о потребностях клиентов и ее анализ для разработки стратегии маркетинга ЛК; повышение качества услуг и разработка инновационных ЛУ.

В работе отмечается, что реализация проекта LCDB обеспечит: высоко технологичность; коммуникабельность; своевременное решение вопросов и

¹³ Разработано автором.

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.

В третьей главе «Моделирование стратегии развития инновационных лизинговых услуг» освещено состояние и развитие инноваций ЛУ, выявлены подходы маркетинговых исследований концентрации рынка ЛУ и предложена модель стратегического развития субъекта инновационной инфраструктуры ЛК.

Инфраструктура ЛД поддерживается Лизинговой ассоциацией Узбекистана начиная с 2000-х годов. По сей день ассоциация работает над совершенствованием лизинговых отношений и трансформацией лизинговой отрасли. Несмотря на принимаемые меры, в работе отмечается, что рынок ЛУ имеет ряд задач, затрагивающих вопросы перспективного развития и его конкурентоспособности¹⁴. Поэтому во многих научных исследованиях, с учетом не односторонности лизинга и его специфики рынок ЛУ проходит определённые этапы развития (рис. 5).



Рисунок 5. Этапы развития рынка лизинговых услуг¹⁵

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 высоко концентрированности индексов, но при этом имел не сильно статистический характер: $HNI_{2018}=1276$; $HNI_{2019}=1271$.

В диссертационной работе опираясь на данные Лизинговой ассоциации Узбекистана для анализа концентрации отечественного рынка лизинговых услуг были отобраны десять топовых, т.е. ведущих продавцов лизинговых услуг, имеющие более половины рыночной доли (таблица 4).

¹⁴ Газдан В.Д. Лизинг: статистика развития. Уч. пособ. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 391 с.; Горемыкин В.А. Инновационный лизинг/Вопросы региональной экономики, №2(23), 2015. – С. 99-111.

¹⁵ Васильева М.Е., Яценко А.С. Этапы развития рынка лизинговых услуг в России//АНВ: экономика и управление. 2018. №2 (23) URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/etapy-razvitiya-rynka-lizingovykh-uslug-v-rossii> (дата обращения: 10.03.2020 г.).

Таблица 4
Объем лизингового портфеля топовых ЛД за 2018-2019 год¹⁶

№	Наименование топовых ЛД	Объем портфеля (млн.сум)		Рейтинг (млн.сум)	Индекс концентрации (%)	
		2018	2019		CR ₂₀₁₈	CR ₂₀₁₉
1	ООО Fincom	5873,4	171127,2	165253,8	0,1	3,2
2	АКБ SQB	198343,3	199040,5	697,2	5,0	3,8
3	ООО Nano Lizing	58176,7	225514,3	167337,6	1,5	4,3
4	АКИБ Ipoteka Bank	71757,8	232886,3	161128,5	1,8	4,4
5	ЛК ООО O'zavtosanoat-Leasing	238577,0	291606,5	53029,5	6,0	5,5
6	АКБ Asaka Bank	278378,9	326677,0	48298,1	7,0	6,2
7	АО PCЛК Qurilishmashlizing	128129,2	372069,3	243940,1	3,2	7,1
8	АО Uzbek Leasing International	341795,0	414172,9	72377,9	8,6	7,9
9	ГУП O'zmeliomashlizing	476549,0	485642,0	9093,0	12,0	9,2
10	АО O'zagroleasing	1192002,6	1601966,0	409963,4	30,0	30,4
	ИТОГО	2989582,9	4320702,0	1331119,1	75,1	82,0

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 активности 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. Исходя из подобных явлений в работе был проведен расчет индекса Линда за 2019 год в рамках топовых ЛД для определения «границы» олигополии (табл. 5).

Таблица 5
Расчет за 2019 год индекса Линда для 10-топовых ЛД¹⁷

Наименование топовых ЛД	Портфель лизинга, в млн.сум	Доля рынка	Среднее значение доли	Среднее значение с учетом порога	Отношение
АО O'zagroleasing	1601966,0	0,37	0,37	0,076	4,8783
ГУП O'zmeliomashlizing	485642,0	0,11	0,24	0,068	3,5667
АО Uzbek Leasing International	414172,9	0,10	0,19	0,063	3,0704
АО PCЛК Qurilishmashlizing	372069,3	0,09	0,17	0,058	2,8865
АКБ Asaka Bank	326677,0	0,08	0,15	0,054	2,7666
ЛК ООО O'zavtosanoat-Leasing	291606,5	0,07	0,13	0,047	2,8812

¹⁶ Составлено автором на основе данных обзора рынка за 2019 года Лизинговой ассоциации Узбекистана.

¹⁷ Составлено автором на основе данных обзора рынка за 2019 года Лизинговой ассоциации Узбекистана.

Продолжение таблицы 5

AKIB Ipoteka Bank	232886,3	0,05	0,12	0,046	2,6833
ООО Nano Lizing	225514,3	0,05	0,11	0,043	2,6681
AKB SQB	199040,5	0,05	0,11	0,040	2,6943
ООО Fincom	171127,2	0,04	0,10		
ИТОГО	4320702,0	1,00	<i>коэффициент Ланда – 3,1217</i>		

В работе опираясь на обзорные данные Лизинговой ассоциации Узбекистана за 2019 иллюстрируется концентрация рынка использования кривой Лоренца в графической интерпретации результатов расчета коэффициента Джинни. 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 диагностике конкурентоспособности рынков важнейшую роль должен играть анализ уровня концентрации. Именно концентрация продавцов показывает относительную величину и количество фирм в отрасли. Уровень концентрации влияет на склонность ЛД к соперничеству или сотрудничеству: чем меньше ЛД действует на рынке, тем легче им осознать взаимную зависимость и тем скорее пойдут они на сотрудничество. Итак, чем выше уровень концентрации, тем менее конкурентным будет рынок. В работе отмечается, что топовые ЛД способны оценивать финансовую устойчивость лизингового бизнеса.

Ныне действующая методика рейтинга ЛК разработана РА «Ahhor-Reyting» с учетом общепринятых нормы, 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 ЛК²⁴.

Не смотря на имеющийся подход по оценке деятельности ЛД, справедливости ради следует отметить, что имеется ряд недостатков в реализации данной схемы. К таким недостаткам можно отнести непрозрачность и не своевременность оглашения результатов деятельности ЛД. Кроме того, имеют место неточности предоставления информации, касающейся текущего состояния рынка ЛУ в рамках его инфраструктуры и конкурентоспособности.

В работе отмечается, что Лизинговая ассоциация Узбекистана имеет положительную характеристику, и поэтому могла бы предложить сформировать собственную методику оценки деятельности ЛД и присвоения им рейтинга. Но, в данном направлении на наш взгляд было бы более эффективным отразить маркетинговые элементы для выявления конкурентоспособности ЛД.

В связи с этим в работе делается попытка подтверждения гипотезы о том, что маркетинг всегда должен основываться на покупателе, и учитывать концепции маркетинга, где дается основание ввести понятия: финансовой грамотности и финансовой доступности. Использование финансовой грамотности и финансовой доступности, не только положительно отразится на формировании конкуренции на рынке, но и эффективно отразится на деятельности ассоциации: повысит уровень и качество деятельности ассоциации за счет использования инструментов финансового рынка; уменьшения разрыва 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.

А также, предлагаемая в работе методика учитывает три группы индикаторов оценки рейтинга ЛД в целях поддержки конкуренции на отечественном рынке ЛУ:

инфраструктура ЛУ: количество действующих ЛД; количество ЛД по организационной форме; количество подразделений действующих ЛД.

востребованность ЛУ: количество действующих договоров; количество новых договоров и их доля; количество просроченных лизинговых платежей и их доля; структура ЛП по организационной форме.

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 вышеизложенные подходы в диссертационной работе предлагается запуск программы периодического издательства (ежеквартальное) рейтинга ЛД. Так же, в программе должны быть отслежены 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, имеется ряд задач, которые поддержат программу в рамках обеспечения финансовой грамотности и доступности рынка ЛУ: разработку 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.

В диссертационной работе отмечается, что развитие деятельности на примере АО «O'zgarolizing» Самаркандского областного филиала, ее внутренние инновации необходимы не только для повышения ее

²⁴ Рейтинговое агентство «Ahhor-Reyting» - <http://ahhor-reyting.uz/ru/rating>

коммерческой эффективности, но и в целом для повышения инновационно-инвестиционной активности. Инновации по степени новизны должны относиться к улучшающим новшествам, так как должны базироваться на известных методах и инструментах, используемых в деятельности финансовых рынков. В этой связи в работе более основательно проанализированы и даны сегменты взаимосвязи модели инновационными по степени новизны.

В рамках этого в работе отмечается, что эффективность применения данных инструментов требует организационных преобразований, связанных с неизбежными рисками, что может привести к необоснованности использования инновационного менеджмента и их внедрению.

Активная деятельность ЛК по продвижению предметов инновационного лизинга согласно лизинговой сделки или услуг на наш взгляд так же должно предопределяться: значимостью предоставляемых инновационно-лизинговых услуг для ЛП; ценами на предметы инновационно-лизинга; удобством использования предмета инновационного лизинга или услуг; качеством и уровнем устойчивого обслуживания предмета инновационного лизинга или услуг; репутацией и имиджем ЛК в деловом мире.

Исходя из этого в работе отмечается, что в условиях развития стратегии маркетинговой деятельности должны меняться и отношения ЛК со своими лизингополучателями-клиентами. Если ранее он предлагал им стандартный набор оборудования или услуг, то ныне должен постоянно разрабатывать новые виды ЛУ, которые адресованы к конкретным субъектам.

Поэтому, 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 оборудование или ЛУ и занимаются расширением их видов и повышением качества.

Данный подход способствует различению новой формы взаимодействия классического лизинга и лизинга патента на технологию использования оборудования, позволяющего снизить риски ЛК и обеспечить инвестиционную привлекательность венчурных проектов для ЛП и ЛК. Следовательно, решение задачи разработка модели стратегического развития ЛК позволяет своевременно диагностировать отрицательные изменения внутри предприятия-лизингополучателя и своевременно применять методы регулирования механизмов развития лизинга.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате исследования, проведенного в рамках диссертационной работы, были сформулированы следующие выводы и рекомендации:

1. Лизинг – это стоимостная категория, выражает отношения между людьми, связанные с перераспределением части стоимости ВВП. Следовательно, лизинг представляет собой часть распределения стоимости, и

поэтому исходя из сущности и природы лизинговых отношений, лизинг является экономическим отношением. От того, когда, на какие цели и в какой форме направляются ресурсы через лизинг, его сущность как экономических (стоимостных) отношений не меняется. Поэтому лизинг как оболочка категории финансов, маркетинга, менеджмента и кредита, выражает себя как экономическая категория.

2. В результате изучения функциональных назначений отдельных частей лизинговых и арендных отношений, представлена структура источников формирования лизинга, которая включает в себя не только средства индивидуального потребления, но и средства совместного удовлетворения потребностей субъектов в лизинге.

3. В результате изучения определений понятия лизинга и с учетом его специфических свойств в диссертации предложено 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 фонда денежных средств, в целях обеспечения их финансовой устойчивости и конкурентоспособности в условиях риска».

4. Целесообразно использовать и запустить проект LCDB, который обеспечит: высоко технологичность, коммуникабельность, своевременное решение вопросов ЛП и эффективной разработки подходов к каждому клиенту, возможность мониторинга процесса реализации лизинговых сделок, комплексное использование системы CRM, сокращение расходов на маркетинг.

5. На основе результатов маркетингового исследования был использован инструмент стратегического портфельного анализа, где было изучено состояние положений, лидирующих десять отечественных ЛД за 2019 год. В результате анализа матрицы BCG было выявлено, что 80% лидеров рынка находились в секторе «собак», где доля между лизинговыми компаниями и коммерческими банками разделилась поровну. Доля «трудных детей» и «дойных коров» на рынке составило по 10% для каждого. К сожалению, рынок ЛУ за 2019 год не имел «звезд» по причине входа на рынок ООО Fincom с большим количеством лизинговых сделок. Что и отразилось на переходе ЛК ООО O'zavtosanoat-Leasing и АО Uzbek Leasing International из сектора «дойных коров» в сектор «собак» в сравнении с предыдущим годом. В зависимости от положения ЛД на матрице BCG предложены маркетинговые стратегические цели для поддержки своей деятельности или же для его корректировки.

6. На основе исследований практических опытов деятельности ЛД определена необходимость методического подхода регулирования рисков. Предложенная в работе схема эффективного регулирования рисками и его реализация позволит принять более обоснованные решения для утверждения «правил экономической игры» при выявлении хозяйственных поведений в условиях риска.

7. Выявлена необходимость поддержать 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.

8. Разработка модели стратегического развития субъекта рынка ЛУ позволяет своевременно диагностировать отрицательные изменения внутри предприятия-лизингополучателя и своевременно применять методы регулирования механизмов развития лизинга.

9. 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 ликвидностью ЛД является перевод его счетов в банк, являющийся партнером ЛП. 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.

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ
ХУЗУРИДАГИ ИЛМИЙ ДАРАЖАЛАР БЕРУВЧИ
DSc.03/30.12.2020.1.16.02 РАҚАМЛИ ИЛМИЙ КЕНГАШ
САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

МУРАДОВА НАРГИЗА УЛЖАЕВНА

ЎЗБЕКИСТОНДА ЛИЗИНГ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШ САМАРАДОЕЛИГИНИ ОШИРИШ

08.00.11 – Маркетинг

Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси
АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент – 2021

Фалсафа доктори (PhD) диссертацияси мавзуси Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссиясида В2019.3.PhD/Iqt54 рақам билан рўйхатга олинган.

Диссертация Самарқанд иқтисодий ва саноат институтига бағирланган.
Диссертация авторферати уч тилда (Ўзбек, рус ва инглиз (резюме)) Илмий кенгашнинг веб-саҳифасида (www.uzue.uz) ва «Ziyoumi» веб-порталини орқали (www.ziyoumi.com) жойлаштирилган.

Илмий раҳбар:	Зайналов Жаҳонгир Расуллович иқтисодий фанлари доктори, профессор
Расмий ошнениклар:	Сунин Дилмурод Холамурадovich иқтисодий фанлари доктори, доцент Собиров Ойбек Шанкатбекович иқтисодий фанлари номзоди, доцент
Етабчи ташкилот:	КК АЖ "UZBEK LIZING INTERNATIONAL A.O."

Диссертация ҳамон Тошкент давлат иқтисодий университети ҳузуридаги илмий даражалар берувчи DSc.03/30.12.2020.1.16.02 рақамдан илмий кенгашнинг 2021 йил 04.08 соат 16.00 дақиқасида бўлиб ўтган (Манзил: 100066, Тошкент шаҳри, Ислоҳ Каримов кўчаси, 49. Тел.: (99871) 239-01-49; факс: (99871) 239-41-23; e-mail: tdiu@tdu.uz).

Диссертация билан Тошкент давлат иқтисодий университетининг Аxbорот-ресурс марказида танитиш мумкин (www.tdu.uz билан рўйхатга олинган) (Манзил: 100066, Тошкент шаҳри, Ислоҳ Каримов кўчаси, 49. Тел.: (99871) 239-28-75; факс: (99871) 239-28-75; e-mail: tdiu@tdu.uz).

Диссертация авторферати 2021 йил 04.08 кунин тарқатилган.
(2021 йил 04.08 даги рақамли реестр баённомаси).



М.Ш. Эшон
Илмий даражалар берувчи Илмий
кеңаш раиси, и.ф.д., доцент

Д.М. Мамашова
Илмий даражалар берувчи Илмий
кеңаш аъзоси, и.ф.д. (PhD)

Ш.Дж. Эргашевжасена
Илмий даражалар берувчи Илмий
кеңаш аъзоси Илмий ошненик
раиси, и.ф.д., профессор

КИРИШ

Диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати. Жаҳонда лизинг молиялаштириш усуллари таркибида банк хизматларидан сўнг иккинчи ўринни эгаллагани, унинг бугунги кунда молиявий хизматлар соҳасида етакчилик қилаётганидан дарак бермоқда. Жаҳон лизинг бозори нафақат унинг асосий иштирокчилари ўртасидаги муносабатларда, балки лизинг берувчилар ва сотувчилар учун яратилаётган молиявий технологиялар, хусусан лизинг технологияларида ҳам илғор ютуқларни қўлга киритмоқда. «Молиявий технологиялар бўйича етакчилик қилиб келаётган White Clarke Group томонидан тақдим этилган маълумотларга кўра, жаҳон лизинг бозори шиддат билан ривожланиб бораётганлиги ҳамда лизинг инструменти ёрдамида корхоналарини ускуналар билан таъминлаш борасидаги молиялаштиришнинг инновацион усуллари ҳам талбик этилмоқда. Хусусан, 50 та мамлакатларнинг 2018 йил натижаларига кўра, лизинг ҳисобидан янги бизнес ҳажми 0,33% га кўпайиб, жами 1287,01 млрд АҚШ долларини ташкил этди»¹. Шу билан, лизинг хизматлари бозорини самарадорлигини ошириш, хизматлар соҳасининг истиқболли ривожланиши ҳамда ЯИМ ҳажмига сезиларли таъсир кўрсатиши натижасида жамият тараққиётининг бугунги босқичида ушбу соҳани ривожлантириш долзарб аҳамият касб этмоқда.

Жаҳонда инновацион ва рақамли иқтисодийнинг ривожланиш шароитида лизинг хизматлари бозорини ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш борасида қўллаб-қўлловчи таъқиқот ишлари амалга оширилган, хусусан лизинг бизнесининг аънаваний ва янги шакллари ўртасидаги мувофиқликлар тадқиқ этилган. Ушбу тадқиқотларда лизинг хизматлари бозорини таснифлаш, баҳолаш, лизинг хизматларини ташкил этиш, фойдаланувчилар учун ахборот имкониятларини кенгайтириш ва улардан самарали фойдаланиш масалалари ўрганилган. Бирок, жаҳонда лизинг хизматлари самарадорлигини баҳолаш халқаро стандартлар талаблари даражасида ташкил этилиши билан боғлиқ муҳим масалаларда илмий тадқиқот ишлари олиб борилмоқда.

Ўзбекистонда лизинг хизматлари бозорини ривожлантиришга эътиборни қаратиш зарурияти мамлакатимиз таркибий ислохотлари асосий йўналишларининг «Йўл харитаси»да кўриб чиқилган бўлиб, унда рақобатбардор бозор иқтисодийига ўтиш жараёнини жадаллаштириш вазифаси қўйилган, хусусан молия секторини янада ривожлантириш Концепциясида «банкларро муносабатлар ва капитал бозори, шу жумладан фонд ва сугурта бозори ҳамда лизинг хизматлари бозорини кенгайтириш»² масаласи белгиланган. Лизинг миллий иқтисодийнинг ривожланишини, хусусан иқтисодийнинг барча секторидagi инновацион сиёсатини қўллаб-қувватлаш борасидаги ҳаракатлари рағбатлантирилади. Шундай қилиб, лизинг – истеъмолчилар (лизинг олувчилар)нинг инновацион фаоллашувини қўллаб-қувватловчи асосий инструментлардан бири бўлиб, ишлаб чиқаришни

¹ Global Leasing Report – 2020. <https://www.whiteclarkgroup.com/> (муросалат санаси: 02.04.2020 йил).

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 8 январдаги «Иқтисодий ва илмий ривожлантириш ва иқтисодий сиёсат самарадорлигини оширишнинг қўлловчи чора-тадбирлари бўлиши»га ИД-5614-сонли фармони. <https://lex.uz/docs/4147294>

ташки муҳит шароитларига мослаштирувчи воситаси сифатида тадбиркорликнинг ҳаёт циклини узайтиришга қаратилган. Шу билан танланган тадқиқот мавзуси долзарб ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сон "Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Харажатлар стратегияси тўғрисида" ва 2019 йил 8 январдаги ПФ-5614-сон "Иктисодиётни янада ривожлантириш ва иктисодий сўнат самарадорлигини оширишнинг қўшма чора-тадбирлари тўғрисида"ги фармонлари, 2020 йил 16 июлдаги ПК-4752-сон "Хизматлар соҳасини қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари тўғрисида" ва 2019 йил 23 июлдаги ПК-4400-сон "Микромолиявий хизматлар оммабоплигини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 йил 26 февралдаги 55-сон "2016-2020 йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида"ги қарорлари ва мазкур соҳага тегишли бошқа меъриий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга оширишда ушбу диссертация тадқиқоти муайян даражада хизмат қилади.

Тадқиқотнинг республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига боғлиқлиги. Диссертация иши республика фан ва технологиялар ривожланишининг "Демократик ва ҳуқуқий жамиятни маънавий, ахлоқий ҳамда маданий-маърифий ривожлантириш, инновацион иктисодиётни шакллантириш" устувор йўналишига мувофиқ бажарилган.

Муаммонинг урганилганлик даражаси. Маркетинг ёндашувларининг илмий-назарий ва методологик масалалари хориж олимларидан Ф.Армстронг, Д.Вонг, Ф.Котлер, К.Лавлок, Н.Малхотра, М.Портер, Г.Сондерс томонидан урганилган. И.Ансофф, П.Друкер, Й.Шумпетер ва бошқа хориж олимлари тадқиқотлари эса бозорни ривожлантириш моҳиятини очиқ беришга қаратилган¹.

МДХ мамлакатлари олимлари орасидан М.П.Афанасьев, И.С.Березин, Е.П.Голубков ва бошқалар хизматлар бозорини ривожлантириш йўналишида изланишлар олиб боришга бўлсада, лизингнинг иктисодиётни ривожлантиришдаги роли, шу билан бирга иктисодий алабёнларда ҳам лизинг хизматлари етарлича ёритилмаган ва бундай мавзуга А.Л.Гапоненко, А.О.Левкович, С.В.Пирогов, И.Ф.Чернявский ва бошқаларнинг изланишлари бағишланган. Лизинг хизматлари маънаси масалалари В.Д.Газман, В.А.Горемыкин, Б.М.Еремихин, М.В.Карп, Н.М.Коршунов, Л.Н.Прилуцкий, Н.Н.Шабанова, Е.М.Шабалин, А.Т.Юсупова каби олимларнинг ишларида акс этган².

¹ Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999. – 413 с.; Друкер П. Энциклопедия менеджмента XXI века. Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2009. – 272 с.; Котлер Ф., Армстронг Ф., Сондерс Г., Вонг Д. «Основы маркетинга» – СПб.: Вильямс, 2008. – 616 с.; Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия. – 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.: Алпина Бизнес Букс, 2005. – 454 с.; Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.

² Афанасьев М.П. Маркетинг: стратегия и практика фирмы. – М.: АО «Информэкс», 2015. – 112 с.; Березин И.С. Аналитический подход к разработке маркетинговой стратегии. Маркетинговая анализ и решения стратегия. – М., 2017. – 256 с.; Газман В.Д. Лизинг: статистика развития. Уч. пособие. – М.: ГУ ИИЭС, 2008. – 591 с.; Голубков

Мамлакатимизда А.Ш.Бекмуродов, М.А.Икрамов, А.А.Фаттахов, Ш.Ж.Эргашходжаева ва бошқа олимлар томонидан товар ва хизматлар бозорини маркетинг воситаларини ҳисобга олган ҳолда ривожлантиришнинг илмий ва назарий масалалари урганилган. Ф.О.Абдуллаев, У.В.Гафуров, Н.Х.Жумаев, Ж.Р.Зайналов, Э.Б.Мустафоев, Ш.Мустафакулов каби олимлар эса иктисодиёт тармоқларини лизинг механизмлари ёрдамида ривожлантириш қараёнларини ўрганишган. Шунингдек, С.И.Бобохужаев, В.В.Гольцман, Г.М.Давлатова, С.С.Исмаилова, Ф.М.Назарова, О.Ш.Собиров, Д.Г.Ғоziбеков, С.С.Фуломов, О.Т.Хазраткулов, Ш.У.Хайдаров, Х.А.Тухсонов каби олимлар лизинг ва лизинг муносабатларини ривожлантириш борасида тадқиқотлар олиб боришган³.

Олиб борилган илмий изланишлар лизинг хизматлари бозорини истиқболли ривожлантириш масалаларига қаратилган бўлсада, унда маркетинг воситаларидан фойдаланиш тиземли равишда урганилмаган. Ушбу ҳолат диссертация тадқиқотининг долзарблигини асослаб, унинг мавзусини олинган белгилаб берди.

А.Л.Пирогов С.В. Чернявский И.Ф. Инновационная деятельность: показатели и методы осуществления // Инновационный журнал «ИИЭ». Июль-сентябрь. – 2012. – С. 42-46; Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, анализ, структура. – М.: Дело, 2013. – 192 с.; Горемыкин В.А. Авторитарный лизинг // Вопросы региональной экономики. – №2(23). – 2015. – С. 99-111; Еремихин Б.М., Шабанова Н.Н. Лизинг для предпринимателя. Практик. пособие. – М.: Агроинвест, 2014 г. – 347 с.; Карпунов 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. – 356 с.; Прилуцкий Л. Выше лизинга и их особенности // Деловой партнер. – №6. – 2005. – С. 13-18; Юсупова А.Т. Структура рынка лизинговых услуг в России: анализ, характеристика, основные тенденции // Практический анализ. – №3. – 2005. – С. 378-399.

³ Абдуллаев Ф.О. Инновационная деятельность: показатели и методы осуществления // Сервисный ривожлантиришнинг таъқисий-методий олимлари (Хоржизм ва инновациялар) и.ф.н. номинанти олимлари ушбу йилнинг диссерт. автореф. – С.: СийИЭС, 2011. – 26 б.; Бобохужаев Ш. И. Формирование и развитие рынка лизинговых услуг Узбекистана в постнезависимый период // Научный вестник. – 2016. – № 4. – С. 4-20; Гафуров У.В. Некоторые аспекты государственного регулирования малого бизнеса // Современное государственное исследование. – 2017. – № 6. – С. 13-21; Гольцман В.В. Лизинг как фактор активизации инвестиционной политики в Республике Узбекистан автореф. дис. 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; Давлатова Г.М. Совершенствование системы лизинговых отношений на предприятии текстильной промышленности автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т.: Институт экономики АН РУз, 2011. – 26 с.; Жумаев Н., Бекбаева Г. Лизинговые предприятия // Экономическое обозрение. – №4. – 2007. – С. 70-71; Зайналов Ж.Р., Латипов Ш.М., Гафурова Д.Х. Кипитки ҳақиқатда лизингдан фойдаланиш таъқисий-методий олимлари // POLISH SCIENCE JOURNAL (ISSUE 1, 2018). – Warsaw; 3p. x n o "iScience". – 2018. – С. 34-60; Назарова Ф.М. Формирование спроса как фактор инновационного развития Узбекистана // Экономический вестник 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. 38-41; Назарова С.С. Узбекистон агроинновацияларида лизинг фаоллигини ривожлантиришнинг илмий асослари. Автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2009. – 21 с.; Мустафакулов Ш. Узбекистон республикасида олимлари бозорини институционал ривожлантириш олимлари // Архив научных исследований. – 2020. – Т. 1. – № 4; Назарова Ф.М. Узбекистон Республикасида лизинг компаниялари фаоллиги маркетингнинг самарадорлиги автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2005. – 22 с.; Собиров О.Ш. Современное состояние лизинговых отношений в Республике Узбекистан и основные направления их дальнейшего совершенствования. автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2001. – 22 с.; Фаттахов А.А., Бекмуродов Ш.А. Характерные особенности рынка услуг // Аграрное образование и наука. – 2019. – № 4. – С. 10; Хазраткулов О.Т. Лизинг муносабатлари ва уларнинг ҳуқуқий тарғибига солиш муаммолари. автореф. дис. на соиск. уч. ст. к.э.н. – Т., 2007. – 21 с.; Хайдаров Ш.У., Орпаков Х.А., Тухсонов Х.А. Лизинг: аниқлаш, оқшоқ ва улар. – Т.: Норм, 2006. – 240 с.; Эргашходжаева Ш.Ж. «Инновационный маркетинг». Дарслик. – Т.: ТДУУ, 2014 й. – 138 б.; Bekmuradov F.Sh. va boshqalar. Strategic marketing. O'qish qo'llanma. – T.: TDU, 2010. – 252 с.; Muzaffarov Z.B. Growing trends of leasing in Uzbekistan // Central Asia Finance. – 2011. – №3. – P. 72-73.

Диссертация мавзусининг диссертация бажаришган олий таълим муассасасининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация тадқиқоти Самарқанд иқтисодий ва саноат институтининг илмий тадқиқот ишлари режасига мувофиқ 646-сонли "Агрооқотуристик мажмуа яратиш усуллари" мавзусидаги амалий лойиҳа доирасида бажаришган.

Тадқиқотнинг мақсади лизинг хизматлари бозорини ривожлантириш самарадорлигини ошириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқот вазифалари:

иқтисодий категория сифатида лизинг шаклланишининг иқтисодий-иқтисодий асосларини аниқлаш;

"лизинг" ва "ижара" атамаларининг иқтисодий мазмунини ёритиш, лизинг ва ижара ўртасидаги чегаралар ва мезонларни ҳисобга олган ҳолда лизинг операцияларини таснифлаш;

лизинг берувчилар бизнес-алоқалари мезонларини таҳлил қилиш ва рақобатбардошлигини шакллантириш бўйича маркетинг ёндашуларини такомиллаштириш;

лизинг хизматлари бозори маркетинг тадқиқотлари ҳамда тадбиркорлик субъектларининг ҳужжатлик юритиш хавф-хатарларини тартибга солиш механизминини ишлаб чиқиш;

лизинг олувчиларнинг инновацион фаолиятида иштирок этиш шакли ва шартларини белгилаб берувчи лизинг берувчиларнинг инфратузилмасини ривожлантириш самарадорлигини ошириш борасидаги маркетинг механизмларини ҳамда лизинг берувчилар зарарини олдини олиш моделини ишлаб чиқиш;

инновацион лизинг хизматлари модели бўйича лизинг компанияси инновацион инфратузилмасининг стратегик ривожланишининг механизминини таклиф этиш;

лизинг хизматлари бозорини ривожлантириш самарадорлигини ошириш бўйича тавсиялар ишлаб чиқиш.

Тадқиқотнинг объекти бўлиб Ўзбекистонда лизинг ташкилотлари ҳамда лизинг хизматлари бозори фаолияти ҳисобланади.

Тадқиқотнинг предмети бўлиб лизинг ташкилотлари ҳамда ривожлантиришни моделлаштириш жараёнида юзага келадиган, иқтисодий муносабатлар ҳисобланади.

Тадқиқотнинг усуллари. Тадқиқот жараёнида тизимли ёндашу, қиёсий ва статистик таҳлил усуллари билан сўровнома, сегментлаш, портфел таҳлили усуллари билан фойдаланилган.

Тадқиқотнинг илмий аниқлиги қуйидагилардан иборат:

лизинг олувчининг молиявий имкониятини ошириш учун интенсив ўзгарувчан фонсларга мутаносиб муддатни шакллантириш таклифи асосланган;

лизинг хизматлари бозори иштирокчилари ўртасида маркетинг информация тизимини шакллантиришга қаратилган интерактив рақамли маркетинг инновацион платформа лойиҳаси ишлаб чиқилган ҳамда

модуллилик ва стандартлаштириш омилларини киритиш орқали такомиллаштирилган;

"O'zagrolizing" АЖ лизинг берувчилар фаолиятини молиявий бозор удуши, миллий стандарти, талабнинг мавжудлиги ва сифат мезонларига мувофиқ рейтингини баҳолаш амалиёти асосланган;

лизинг берувчиларнинг ликвидлик рискинни бошқаришда лизинг шартномасининг 5x20 фонизигача миқдорда захиралар шакллантиришнинг мақсадга мувофиқлиги асосланган.

Тадқиқотнинг амалий натижалари қуйидагилардан иборат:

лизинг хизматлари бозори маркетинги механизми ва лизинг муносабатлари ҳолатини баҳолаш тавсия этилган;

лизинг хизматларига бўлган талаб, ҳажм ва сифатни баҳолашда рейтинглик индикаторларидан фойдаланиш орқали лизинг берувчилар рейтингини аниқлаш тартиби ишлаб чиқилган;

лизинг хизматлари бозори маркетинги муносабатлар тизимини янада такомиллаштириш, унда молиявий саводхонлик ва молиявий очикликни шакллантириш бўйича амалий тавсиялар берилган;

лизинг компанияларининг зарарларини олдини олиш усули сифатида ташкилий-бошқарув лизинг инновациялари механизми асосланган.

Тадқиқот натижаларининг ишончлилиги маълумотларнинг расмий манбалари, яъни ЎзР Давлат статистика қўмитаси ва Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг статистик маълумотлари ҳамда тадқиқот натижаси бўйича амалиётга жорий қилинган таклиф ва тавсиялар, шунингдек диссертация ишда методологик ёндашулар ва усуллардан фойдаланилиги билан изоҳланади.

Тадқиқотнинг илмий ва амалий аҳамияти. Тадқиқот ишнинг илмий аҳамияти унда ишлаб чиқилган механизм ва тавсиялар лизинг хизматларини истиқболли ривожлантириш, лизинг компаниялар фаолиятини кенгайтириш, лизинг хизматини кўрсатишнинг инновацион шакли ва усулларини яратишга бағишланган илмий тадқиқотларни амалга оширишда фойдаланиш мумкинлиги билан изоҳланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти лизинг хизматларини ривожлантириш самарадорлигини баҳолаш мезонлари ва усулларининг Ўзбекистонда лизинг хизматлари бозорини келгусида ривожлантирилишини қўллаб-қувватлаш ва лизинг сифатини самарасини оширишга қаратилган лизинг берувчилар фаолиятини ривожлантириш самарадорлигини оширишда қўллаш мумкинлиги билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг жорий қилиниши. Лизинг хизматлари бозорини ривожланиш самарадорлигини ошириш бўйича олинган илмий натижалар асосида:

лизинг олувчининг молиявий имкониятини ошириш учун интенсив ўзгарувчан фонсларга мутаносиб муддатни шакллантириш таклифи Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2019 йил 03 январ 26-сон буйруғи билан амалиётга жорий этилган (Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2020 йил 3 сентябрдаги 1150-сон маълумотномаси). Маълум таклиф натижасида молиявий очиклик ва молиявий саводхонликни таъминлайдиган харидорларга

асосланган маркетинг концепцияси ёндашувларидан фойдаланган натижаси лизинг битимларини тузиш жараёнига ижобий таъсир кўрсатиб, трансакцион харажатларнинг ўртача 9-10%га қисқаришига эришилди;

лизинг хизматлари бозори широкчилари ўртасида маркетинг ахборот тизимини шакллантиришга қаратилган интерактив рақамли маркетинг инновацион платформа лойиҳаси ишлаб чиқилган ҳамда модуллик ва стандартлаштириш омилларини киритиш орқали такомиллаштириш бўйича таклифи Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг лизинг хизматлари бозорини истиқболли ривожлантириш дастурига киритилган (Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2019 йил 03 январь 26-сон буйруғи ва 2020 йил 3 сентябрдаги 1150-сон маълумотномаси). Мазкур лойиҳани амалиётга жорий этиш орқали бизнес-ҳамкорлар ва мижозлар таҳлиллари, маркетинг тадқиқотларини ўтказиш ҳамда маркетинг тадбирлари харажатларининг ўртача 8%га қисқаришига эришилган;

"O'zagrolizing" АЖ лизинг берувчилар фаолиятини молиявий бозор улуши, миллий стандарти, талабнинг мавжудлиги ва сифат мезонларига мувофиқ рейтингини баҳолаш амалиёти бўйича таклифи Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2019 йил 03 январь 26-сон буйруғи билан амалиётга жорий этилган (Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2020 йил 3 сентябрдаги 1150-сон маълумотномаси). Мазкур таклифнинг амалиётга жорий этиш натижасида лизинг берувчилар фаолиятидаги рақобатбардошликка қаратилган маркетинг механизмларининг янада фаоллашуви натижасида маркетинг фаолиятининг самарадорлик кўрсаткичлари ўртача 4%га ошган.

лизинг берувчиларнинг ликвидлик рискинни бошқаришда лизинг шартномасининг 5-20 фонзигача миқдорда захиралар шакллантиришнинг мақсадга мувофиқлиги бўйича таклифи Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2019 йил 03 январь 26-сон буйруғи билан "O'zagrolizing" АЖ Самарқанд вилояти филиали амалиётга жорий этилган (Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2020 йил 3 сентябрдаги 1150-сон маълумотномаси). Илмий янгиланиш амалиётга жорий этилиши натижасида Ўзбекистон лизинг ассоциациясига тўзо бўлган "O'zagrolizing" АЖ Самарқанд вилояти филиали фаолиятининг бизнес-алоқаларида қўлланилиши натижасида иқтисодий ва вақт сарфларидаги йўқотишлари 4%га қисқарган, иқтисодий самарадорлик 7%га ортган.

Тадқиқот натижаларининг апробацияси. Тадқиқот натижалари 2 та республика ва 4 та халқаро илмий-амалий анжуманларида муҳожамадан ўтказилган.

Тадқиқот натижаларини эълон қилиниши. Диссертация мавзуси бўйича жами 12 та илмий иш, шу жумладан, Олий аттестация комиссияси томонидан тавсия этилган илмий журналларда 6 та илмий мақола, шу жумладан 2 та хорижий илмий журналларда чоп этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми кириш, учта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан ташкил топган бўлиб, унинг умумий ҳажми 100 бетдан иборат.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

Кириш қисмида диссертация мавзусининг долзарблиги ва зарурати асосланган, тадқиқотнинг мақсади ва асосий вазифалари, объекти ва предмети шакллантирилган, республика фан ва технологиялари ривожланишининг устувор йўналишларига боғлиқлиги кўрсатилган, тадқиқотнинг илмий янгиллиги ва амалий қўлланалари байн қилинган, олинган натижаларнинг илмий ва амалий аҳамияти ёритиб берилган, тадқиқот натижаларининг амалиётга жорий этилиши ва апробацияси, намуна этилган ишлар ҳамда диссертация тузилиши бўйича маълумотлар келтирилган.

Диссертациянинг биринчи бобида, яъни "Бозор муносабатларини ривожлантириш шароитида лизинг хизматларининг иқтисомий-иқтисодий моҳияти" лизинг шаклланишининг илмий-методологик асослари ўрганилган ва лизинг муносабатлари тизими тушунчасининг тузилиши ва ривожланиш қонуниятларининг методологик ёндашувлари белгиланган.

Лизинг тушунчаси кенг қамровли бўлиб, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиши билан биргаликда бу тушунча ҳам ўзгариб боради. Лизинг тушунчасининг таърифини кенгайтириб борган билан, унинг асл моҳияти ўзгармайди. Лизинг тушунчасини аниқлаш бўйича таклиф этилган таснифларда лизинг берувчи (кейинги ўринларда – ЛБ) ва лизинг олувчи (кейинги ўринларда – ЛО)ларнинг лизинг фаолиятидаги ташқил шакллари ҳамда лизинг хизматларининг (кейинги ўринларда – ЛХ) иқтисомий-иқтисодий харақатига нисбатан янги белгилари очиб берилмоқда. Иқтисодчиларнинг илмий нуқтаи назарлари таҳлил қилинганда, лизинг илмининг предмети моддий базани ёки асосий фондларни янгилаш методини ўрганиш билан боғлиқ фикрлари⁴, бизнингча етарлича ишончли бўлмай, улар ўзига хос ечимларни топиши талаб этади. Бир томондан, лизингга бўлган эҳтиёж нафақат иқтисомий-маданий ва маъмурий-сиёсий инфратузилмада, балки лизингни бошқариш илмини шакллантирувчи оптимал тартибга солинишида ҳам мавжуддир, хусусан ЛХ ривожланишининг маркетинг механизми барча иқтисодий соҳалар учун универсал характерга эга бўлиши мақсадлидир.

Буни инобатга олган ҳолда, диссертация ишида лизинг таркиби ва ҳажми нафақат шахсий истеъмол воситаларини, балки субъектларнинг лизингга бўлган эҳтиёжларини (СЛЭ) биргаликда қондириш воситаларини ҳам ўз ичига олиши кераклиги таъкидланган. Шунга асосланиб, СЛЭ биргаликда қондириш модели ишлаб чиқилди ва лизингни шакллантириш манбаларининг таркиби белгиланди:

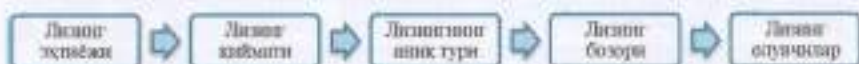
$$СЛЭ = ЛЭ_0 + ЛЭ_1 + ЛЭ_2 + ЛЭ_3 + СМ_1 + ЛЭ_4 \quad (1)$$

⁴ Аюков А.А. Инновационные индустриальные предприятия в рыночной экономике, автореф. дис. соиск. уч. степени к.э.н. 2006. Казань. 24 с.; Казанова О.А. Лицензионный механизм инвестирования в основной капитал машиностроительных предприятий, автореф. дис. соиск. уч. степени к.э.н. Москва 2009. 23 с.; Путин А.А. Лизинг как инвестиционный механизм в экономике регионов, автореф. дис. соиск. уч. степени к.э.н. Тамбов 2008. 22 с.

бу ерда: $ЛЭ_2$ – бюджет маблағлари ҳисобидан лизингга бўлган эҳтиёж; $ЛЭ_3$ – кредит ресурслари ҳисобидан лизингга бўлган эҳтиёж; $ЛЭ_4$ – аҳоли жамғармалари ҳисобидан лизингга бўлган эҳтиёж; $ЛЭ_5$ – бошқа манбаалар ҳисобидан лизингга бўлган эҳтиёж; $СМ_6$ – субъектнинг ўз маблағлари; $ЛЭ_6$ – ускуна, машина ва ҳ.к.ларни ўзаро алмаштириш (лизинг шартлари) ҳисобидан лизингга бўлган эҳтиёж.

Лизинг моҳиятининг тадқиқоти ҳўжалик юритишнинг бозор усулида ҳаракатланишидаги роли билан ҳамбарчас боғлиқдир. Шу сەбаб, тадқиқот ишида лизингнинг ўрни ва моҳияти муаммоси яқин кўриб чиқилган.

Шу нуқтаи назардан, дастлаб бошқарув объектининг келгуси эҳтиёжлари прогноزلантирилган, сўنгра уларни қиймат кўринишларини белгилаб олиш мумкин (1-расм).



1-расм. Лизингга бўлган истеъмол қийматини аниқлаш ланжори⁷

Диссертация ишида лизингнинг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда унга қуйидагича таъриф берилган: “Лизинг – хавф-хатарлар шароитида рақобатбардошлик ва барқарорликни таъминлаш мақсадида пул маблағлари ҳисобидан мулк объектдан фойдаланиш ва уни кейинчалик сотиб олиш ҳақи эъвазига учинчи шахс (сотувчи) ёрдамида субъектларнинг эҳтиёжини қондириш натижасида келиб чиқадиган иқтисодий категория”.

Мазкур итхоҳда лизингга нисбатан шилаб чиқаришнинг объектив базавий характердаги ўзига хос қисми сифатида қаралмоқда.

Юқоридагиларни эътиборга олган ҳолда диссертация ишида “лизинг” категорияси таърифнинг методологик ёндашувларига асос солиниб, уларнинг ҳар бири, нафақат муқаррар чекловларга эга, балки лизинг муносабатларини ривожлантириш соҳасидаги вазифаларини ечишда ўз ҳиссасини ҳам қўшади.

Бундай ёндашув яқунида, диссертация ишида ЛК жорий босқичда интеграллашган маркетинг коммуникацияси усулидан фойдаланимай самарали фаолиятни ташкил эта олмаглиги, ундан фойдаланиши ЛКнинг коммуникацион фаолият ва унинг ЛХ бозоридаги ҳаракатини ўрганиши ҳамда ЛО билан асосли ва тўловли фаолият олиб бориши орқалигина амалга оширилади.

Маркетинг стратегиясини танилашда интеграллашган коммуникациялар учун ажратилган маблағларнинг юқори самара билан ҳароқат қилиш мумкинлигини эсда сақлаш лозим, яъни интеграл самара ҳар бир киритилган сўм учун юқори натижаларни таъминлайди ёки бутунги қуида маҳаллий ЛБ ўзларининг маҳсулотлари, яъни лизинг предметини силжитишда қатта ҳаражатларни амалга оширмаган ҳолда ўша натижаларга эришишда сезиларли иқтисод қилишлари мумкинлар.

Диссертациянинг иккинчи боби «Лизинг хизматлари ҳолатининг маркетинг тадқиқотлари ва уларнинг ривожланишига таъсир этувчи омиллар таҳлили» деб номланиб, унда ЛК алоқалари мезонлари таҳлили ва

ЛК рақобатбардошлигининг маркетинг тадқиқотлари ҳамда унинг лизинг ривожига таъсири, шунингдек лизингни инвестициялаш ёндашувларини аниқлаш мақсадида субъектларнинг ҳўжалик хавф-хатарларини бошқариш механизми таҳлил этилган.

Диссертация ишида лизинг иштирокчиларининг алоқаларини аниқлаш мақсадида мамлакат иқтисодиётини модернизациялашда инвестициялашнинг фаол инфратузилмасини шакллантирувчи ва ривожлантирувчи ЛХ бозорини ўрганишнинг маркетинг тадқиқотларидан фойдаланилди.

ЛХ бозорида маркетинг тадқиқотлари моҳияти бозор ҳолати ва конъюктурасини ўрганиш, ривожланиш истиқболларини прогноزلаш, талабга эга бўлган лизинг маҳсулотларини аниқлаш, ЛК тақлифларини бозорда муваффақиятли селжитиш мақсадида нарх динамикасини белгилашда итхоланади. Шунингдек, юқорида келтирилган вазифаларни амалга ошириш учун ЛБ ички ва ташқи муҳити ўрганилиши зарур. Бунга сабаб, маркетинг муҳити ЛБ фаолиятидаги ривожлантиришнинг стратегик вазифаларини ЛХ бозорида жорий этилишининг объективлигини белгилаб беради.

Мазкур мақсадга эришиш учун диссертация ишида ЛБ лизинг муҳити субъектларининг ўртасидаги алоқаларни мақсадли таҳлил этиш зарурити, шунингдек уларнинг маркетинг комплекси элементларини ташкил этишнинг бошқарувидаги таъсири ёритилган. ЛБ маркетинг муҳитини ўрганишда назарий ёндашувларни умумлаштирган ҳолда унинг бўғинларини, яъни лизинг маҳсулоти, нарх, тақсимот, селжитиш, персонал ва сервис қабиларга эътибор қаратиш зарур (2-расм).



2-расм. ЛБ маркетинг муҳити бўғинлари ва маркетинг комплекси элементларининг ўзаро алоқаси⁸

Маркетинг тадқиқотлари асосида ЛХ бозори таҳлили ўтказилган бўлиб, стратегик портфель таҳлили инструментларидан бири фойдаланилган (1-жадвал).

⁷ Муаллиф томонидан тузилган

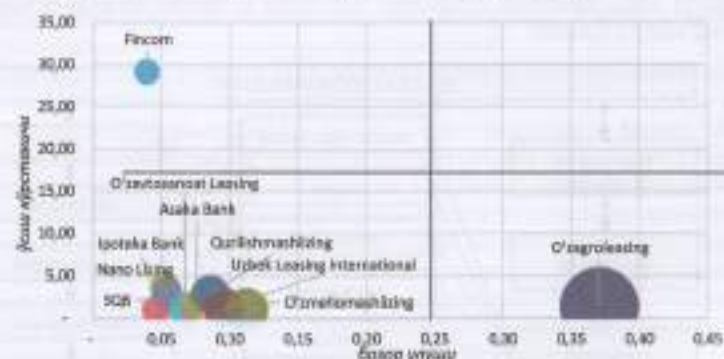
⁸ Муаллиф томонидан тузилган

1-жадвал

ЛХ бозори етакчи ўйинчиларининг дастлабки маълумотлари¹

Етакчи ўйинчиларнинг номлари	Тушум (млрд.сум)		Ушш кўрсаткичи (%)	2019 йил учун умумий ҳажмига нисбатан бозор улуши коэффициенти
	2018 йил	2019 йил		
Fincom МЧЖ	5 873,4	171 127,2	29,14	0,04
SQB АТБ	198 343,3	199 040,5	1,00	0,05
Nano Lizing МЧЖ	58 176,7	225 514,3	3,88	0,05
Iroteka Bank АТБ	71 757,8	232 886,3	3,25	0,05
O'zavtosanoat-Leasing МЧЖ ЛК	238 577,0	291 606,5	1,22	0,07
Asaka Bank АТБ	278 378,9	326 677,0	1,17	0,08
Qurilishmashlizing АЖ РМЛК	128 129,2	372 069,3	2,90	0,09
Uzbek Leasing International АЖ	341 293,0	414 172,9	1,21	0,10
O'zneliomashlizing ДУК	476 549,0	485 642,0	1,02	0,11
O'zagrolizing АЖ	1 192 002,6	1 601 966,0	1,34	0,17
Жами	2 989 582,9	4 320 702,0	46,14	1,00

Сўнгра, 1-жадвалда берилган маълумотлар BCG матричасида ўрганилиб, танилаб олинган иштирокчилар, яъни "етакчи ўйинчилар"нинг истиқболли фаолияти учун тегишли стратегиялар белгиланди (3-расм).

3-расм. BCG матричасида ЛХ бозорининг концентрация ҳолати^{1*}

Матрицанинг "қийин болалар" секторига жойлашганлар ўзларининг бозор улушини оширишлари мақсадга мувофиқдир. Ушбу секторда 2019 йилда 2686 та лизинг битимлари билан ЛХ бозорига кириб келган Fincom МЧЖ ўрин эгаллаган бўлиб, унинг "ёши"ни эътиборга олсак, мазкур жамият учун ўз сегментини ривожлантириш ҳамда инвестицияларини тақлиф этамиз. Шу билан бирга, фаолият ҳудудини кенгайтириш ҳамда истиқболли фаолиятини

амалга ошириш мақсадида янги имкониятларни топиш борасида ҳаракат олиб боришлари ўринлидир.

Матрицанинг "итлар" сектори бозор улушини қисқартириш ёки фаолиятини тугатишни маслаҳат беради. Ушбу сектордан ўрин олган тижорат банклари учун ушбу стратегик қарорлар тегишли эмаслигининг асосий сабаби, тадқиқотда катнашган тижорат банклари учун лизинг фаолияти асосий фаолият ҳисобланмайди. *

Шундай бўлсада, тижорат банкларининг ЛХ бозори кредит-тижорат конъюнктурасида муҳим аҳамиятини касб этишини эътиборга олсак, ўзларининг маркетинг комплексларидан келиб чиқиб, лизинг бозоридagi ҳолатини ушлаб турилиши диссертация ишида тақлиф сифатида берилди. 2019 йилда автотранспорт воситаларини етказиб бериш учун бозорга кириб келган "Fincom" МЧЖ сабабли "O'zbek Leasing International" АЖ, "O'zavtosanoat-Leasing" МЧЖ ЛК, "Qurilishmashlizing" АЖ РМЛК ва "O'zneliomashlizing" ДУК 2018 йилда "қийин болалар" секторидан "итлар" секторига кўчишди. "Итлар" секторидagi ихтисослашган ЛК ўзларининг технологик сегментда етакчи фаолиятини эътиборга оладиган бўлсак, улар учун қўшимча хизмат кўрсатиш ҳамда ихтисослигида инновацион ёндашувларни жорий этиш орқали ўз позицияларини ушлаб туриш мақсадга мувофиқдир.

Матрицанинг "соғин ситирлар" секторига жойлашганлар асосан "юлдузлар" ёки "қийин болалар" учун молиялаштириш манбаеси ҳисобланади. ЛХ бозорининг ўзига ҳослигидаги келиб чиқиб, охириги беш йилда "соғин ситирлар" секторига қатъий ўрнашган "O'zagrolizing" АЖ ўз ўрнидан бозордаги бизнес алоқаларини мустаҳкамлашга қаратинда фойдаланиши мумкин.

Бозорда "юлдузлар"нинг мавжуд эмаслигининг сабаби ЛБ бозор улушлари ўртасидаги катта фарқнинг мавжудлигидир. Шу билан бирга, ЛО билан ЛК ҳамда лизинг объектини етказиб берувчилари ўртасида ишибилармонлик алоқаларини ўрнатиш учун маркетинг мақсадга мувофиқлигини аниқлаб берувчи методологик ёндашув зарурияти мавжуддир. Тадқиқот ишида лизинг ҳолати таҳлили ва ривожланиши борасидаги мақсад ва вазибаларнинг тўғри белгиланишининг аҳамияти муҳим эканлиги асосланган.

Белгиланган мақсад асосида аниқ таҳлил натижаларининг мавжудлиги орқали лизинг муносабатларидаги ЛО ва ЛБ даражасига баҳо бериш мумкин. Шу ўринда лизинг муносабатлари нафақат миқозлар билан ўзаро алоқаларининг тўғри бошқарилишига, риск-менеджментнинг тартибга солинишига ҳам боғлиқлигини асослаш мумкин. Муаллифнинг фикрига кўра, лизинг битимларидаги рискларни тартибга солиш тизимини амалга оширишда захираларни шакллантиришни тақлиф этиш орқали ЛБ ликвидлик рискинни бошқариш мақсадга мувофиқдир.

Шу билан бирга, лизинг муносабатларидаги ҳужалик рискларини тартибга солиш механизминини ишлаб чиқариш борасидаги белгиланган вазибалар каторида бажарилиши самарадорлигини ошириш мақсадида ЛО молиявий имкониятларини қўллаб-қувватлашга қаратилган ёндашувлар тақлиф этилган. Бунда энг мақбул ёндашувлардан бири бўлган Альтман Z-

¹ Ўзбекистон лизинг ассоциацияси маълумотларига асосан муаллиф томонидан ҳисобланган.

² Муаллиф томонидан тузилган.

score модели хўжалик юритувчи субъектларнинг молиявий имкониятларини йўқотиш эҳтимолини аниқлашга қаратилган бўлиб, тадқиқот натижада лизинг шартномаси параметрларини келишиб олиш дастурларига ўзгартириш киритишга қаратилган потенциал ЛО молиявий имкониятини баҳолаш мезонлари ва гуруҳларининг тегишли синфларга бўлиш таклифи берилган (2-жадвал).

2-жадвал

Лизинг шартномаси параметрларини белгилаб олишга қаратилган потенциал ЛО молиявий имкониятларини баҳолаш кўрсаткичлари¹¹

Параметрлар	Кoeffициентлар	Мухимлик ранги	Меъёрий қийматлари			
			п/ло	а/ш	к/и	к/и
X ₁	Жорий ликвидлик кoeffициенти	0,32	>3,0	1,5-2,0	1,0-1,5	<1,0
X ₂	Антиквезлик кoeffициенти	0,12	>0,7	0,6-0,7	0,5-0,6	<0,5
X ₃	Жами активлар рентабеллиги	0,03	>0,2	0,1-0,2	0-0,1	<0
X ₄	Умумий ликвидлик кoeffициенти	0,48	>3,0	2,5-3,0	2,0-2,5	<2,0
X ₅	Товар ва хизматлари рентабеллиги	0,05	>0,3	1,5-3,0	0-1,5	<0
ЖАМИ		1,00				

Юқорида келтирилган жадвал асосида ЛО тегишли мезонлари ва гуруҳларининг меъёрий қийматларини ҳисоблаш орқали лизинг шартномаси, хусусан фонд ставкалари параметрлари шартларининг вариантларини аниқлаб олиш мумкин бўлади (3-жадвал).

3-жадвал

Потенциал ЛО гуруҳи ва тегишли лизинг шартномасининг параметрларини аниқлаш жадвали¹²

Гуруҳ	Мухимлик ранги	Мезонларнинг қиймати	Лизинг шартномаси параметрлари			
			лизинг шартномаси шартлари	лизинг тўлов шартлари	лизинг фонд ставкаси	лизинг шартномаси муддати
1	0,60 - 1,00	юқори	муддати узайтирилган тўлов даври бошда қўйилган аниқ белгиланган тўловлар	муддати узайтирилган тўлов даври бошда қўйилган аниқ белгиланган тўловлар	минимал	юқори
2	0,21 - 0,49	орта	муддати узайтирилган тўлов даври бошда қўйилган аниқ белгиланган тўловлар	муддати узайтирилган тўлов даври бошда қўйилган аниқ белгиланган тўловлар	оптималь	орта
3	0,00 - 0,20	паст	муддати узайтирилган тўлов даври бошда қўйилган аниқ белгиланган тўловлар	муддати узайтирилган тўлов даври бошда қўйилган аниқ белгиланган тўловлар	максималь	паст

¹¹ Н.Н.Қалишарова томонидан таклиф этилган корпоративнинг молиявий имкониятларини рейтинг баҳолаш кўрсаткичларидан ташқил олинган.

¹² Муаллиф томонидан шайланган.

Таклиф этилаётган ёндашув лизинг битими иштирокчиларининг манфаатларини мувозанатини қўллаб-қувватлаб, ЛО молиявий имкониятини ошириш учун интенсив ўзгарувчан фондларга мутаносиб муддатни шакллантириш таклифи асосланган.

Шунингдек, диссертация натижада бугунги кун ўзгаришлар масаласи ва иқтисодиёт талабларини эътиборга олган ҳолда, хусусан, рақамли иқтисодиётни шакллантиришга қаратилган ахборот технологияси лойиҳаси тақдим этилган. LCDB (Leasing Customers Database) – лойиҳа сифатида ЛБ рақобатбардорлигини ошириш ва ЛХ бозори иштирокчилари ҳаракатининг фаоллигини истиқболли ривожлантириш билан бирга бизнес-шерикчилик сиёсатини ҳисобга олган (4-расм).



4-расм. LCDB схемаси конфигурацияси¹³

LCDB лойиҳасининг жорий этилиши мижозлар ҳақида тўлиқ маълумотни олишга, хизмат кўрсатиш сифатини оширишга, меҳнат ва вақт харажатларини оптимallashtirgan ҳолда манфаатли бўғинлар ўртасида маълумот алмашишга, хусусан Ўзбекистон лизинг ассоциацияси билан алоқани ўрнатилганда ижобий таъсир кўрсатади. On-line ва off-line режими билан ишлаш оқибатда LCDB ёрдамида мижоз ҳар доим, иш вақтидан қатъий назар хабар қолдира олади.

LCDB лойиҳаси қуйидаги мақсадларга эга: ахборот технологиялар имкониятларидан фойдаланиш; ЛХ билан ахборот технологияларининг ўзига хос мослигини мижозларга тақдим эта олиш; мижозлар эҳтиёжлари тўғрисида вақтида маълумотга эга бўлиш ҳамда ЛХ маркетинг стратегиясини ишлаб

¹³ Муаллиф томонидан шайланган.

чикида тахлилларни ўз вақтида тақдим эта олиш; хизмат кўрсатиш сифатини ошириш ва инновацион ЛХни ишлаб чиқиш.

Диссертация ишида белгиланганидек, LCDBV лойиҳасини амалга ошириш орқали қуйидагилар, яъни юқори технологиялар, алоқадорлик, мижознинг талаб ва масалаларига замонавий ечим топиш, ҳар бир мижоз билан самарали ёндашуви ташкил этиш, маълумотларни янгилаш борасида юқори тезликдаги операцияларни амалга ошириш, шартнома шартлари бажарилишини назорат қилиб бориш, CRM тизимидан комплекс фойдаланиш, вақт ва маркетинг харажатларини қисқартириш, маркетинг назоратининг узлуксизлиги, маркетинг тахлилларини ўз вақтида ўтказиш имконияти таъминланади.

Диссертациянинг «**Инновацион лизинг хизматларини ривожлантириш стратегиясини моделлаштириш**» деб номланган учинчи бобида ЛХ инновацияларининг ҳолати ва ривожланиши ёритилган, ЛХ бозори концентрациясининг маркетинг тадқиқотлари ёндашувлари ажратиб берилган ва ЛК инновацион инфратузилма субъектини стратегик ривожлантириш модели таклиф этилган.

ЛБ инфратузилмаси 2000-йиллардан бошлаб Ўзбекистон лизинг ассоциацияси томонидан қўллаб-қувватланиб келинмоқда ва ҳозирга қадар лизинг муносабатларини такомиллантириш ҳамда лизинг саноатининг трансформацияси устида иш олиб бормоқда. Олиб борилаётган тадбирларга қарамай, ЛХ бозорида бир қатор масалалар рақобатбардошлик ва истикболли ривожлантиришга қаратилган. Аксарият илмий изланишларда¹⁴ келтирилганидек, лизингнинг бир тили эмаслигини ҳисобга олган ҳолда ЛХ бозори маълум ривожланиш босқичларидан ўтади (5-расм):



5-расм. ЛХ бозорини ривожланиш босқичлари¹⁵

ЛХ бозорининг кейинги ривожланиш сценариясини аниқлашнинг илмий асосини белгилаш мақсадида, диссертация ишида Ўзбекистон ЛХ бозорининг концентрациясини Херфиндал-Хиршман индекси орқали ўрганишни зарур деб топдик. Охириги икки йиллик давр учун маҳаллий ЛХ бозори индекси борасида кучли статистик таънабга эга бўлмасда, яъни ҳисобланган $HHI_{2018}=1276$; $HHI_{2019}=1271$ патюкаларига асосан юқори концентрация аниқланди. Ўзбекистон лизинг ассоциацияси маълумотларига таяниб, ЛХ бозори концентрациясини тахлил қилиш учун бозорнинг ярмидан кўп улушини эгаллаган етакчи ўнга ЛБ таялаб олинди (4-жадвал).

¹⁴ Глазнев В.Д. Лизинг: статистика развития. Уч. пособие. – М.: ГУ ВШЭ, 2008. – 391 с.; Гарошиев Б.А. Авторитарный лизинг // Вопросы региональной экономики, №2(23), 2015. – С. 99-111.

¹⁵ Васильева М.Е., Яковлева А.С. Эволюция рынка лизинговых услуг в России // ИФЭ: экономика и управление. 2018. №2 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/view/evolyutsiya-rynka-lizingovykh-uslug-v-rossii> (дата обращения: 10.01.2020 г.).

2018-2019 йиллар учун етакчи ЛБ лизинг портфелларининг ҳажми¹⁶

№	Топ ЛБ номлари	Портфель ҳажми, (млн.сўм)		Фонд (млн.сўм)	Концентрация индекси (%)	
		2018	2019		CR ₂₀₁₈	CR ₂₀₁₉
1	Fincom МЧК	5873,4	171127,2	165253,8	0,1	3,2
2	SQB АТБ	198343,3	199040,5	697,2	5,0	3,8
3	Nano Lizing МЧК	58176,7	225514,3	167337,6	1,5	4,3
4	Ipoteka Bank АТБ	71757,8	232886,3	161128,5	1,8	4,4
5	Ozavtosanoat-Leasing МЧК ЛК	238577,0	291606,5	53029,5	6,0	5,5
6	Asaka Bank АТБ	278378,9	326677,0	48298,1	7,0	6,2
7	Qurlishmashlizing АЖ РМЛК	128129,2	372069,3	243940,1	3,2	7,1
8	Uzbek Leasing International АЖ	341795,0	414172,9	72177,9	8,6	7,9
9	Ozmeliomashlizing ДУК	476549,0	485642,0	9093,0	12,0	9,2
10	Ozagnoleasing АЖ	1192002,6	1601966,0	409963,4	30,0	30,4
	ЖАМИ	2989582,9	4329702,0	1331119,1	75,1	82,0

ЛХ бозоридаги етакчи сотувчиларнинг асосий кўрсаткичларидан фойдаланилиб, CR – бозор концентрация индекси ҳисобланди ва унга кўра, маҳаллий лизинг бозорининг концентрация индекси 2018 йил учун 75,1% ва 2019 йил учун 82%га тенг бўлиб, тахлил қилинган даврда концентрация сезиларли даражада ўсганини аниқланди.

ЛХ бозори “етакчи уйинчилари” фаолиятидаги фаолликни ўсишини таъминлашда концентрация индекси янгида қийматига эга бўлиб, ҳисоб учун танланган ЛК ўртасидаги бозор улушлари таркибидagi фарқи нисбатан кабил қилинмайди. Мазкур ҳолатидан келиб чиқиб тадқиқот ишида Лизинг индекси етакчи товар сотувчилари ўртасидаги фарққа аниқлик киритиб, ҳисобимиздаги 75% дан кўп улушга эга бўлган ЛК 2019 йил учун шаклланган олигополия чегараларини белгилашда қўл келиши аниқ эътан (5-жадвал).

2019 йил учун Лизинг коэффициентининг топ 10 та ЛБ учун ҳисоби¹⁷

Топ ўнгалликка кирган ЛБ номлари	Лизинг портфели, млн.сўм	Бозор улуши	Улушнинг ўртача қиймати	Қолган ЛБ нисбатан улушнинг ўртача қиймати	Нисбати
Ozagnoleasing АЖ	1601966,0	0,37	0,17	0,076	4,8783
Ozmeliomashlizing ДУК	485642,0	0,11	0,24	0,068	3,5667
Uzbek Leasing International АЖ	414172,9	0,10	0,19	0,065	3,0704
Qurlishmashlizing АЖ РМЛК	372069,3	0,09	0,17	0,058	2,8865

¹⁶ Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2019 йил маълумотларига асосан муаллиф томонидан ҳисобланган.

¹⁷ Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2019 йил маълумотларига асосан муаллиф томонидан ҳисобланган.

5-жадвал давом

Asaka Bank АТБ	326677,0	0,08	0,15	0,054	2,7666
O'zavtosanoat-Leasing МЧЖ ЛК	291606,5	0,07	0,13	0,047	2,8812
Ipoteka Bank АТБ	232886,3	0,05	0,12	0,046	2,6833
Nano Lizing МЧЖ	225514,3	0,05	0,11	0,043	2,6681
SQB АТБ	199040,5	0,05	0,11	0,040	2,6943
Fincom МЧЖ	171127,2	0,04	0,10		
ЖАМИ	4320702,0	1,00			Линд индекс – 3,1217

Ўзбекистон лизинг ассоциациясининг 2019 йил учун тақдим этган маълумотларига асосан диссертация ишида Лоренц эгри чизмаграфик графика кўриниши ва у орқали Дживни коэффициентини аниқлаш ҳисоби ёритилди. Бунда Дживни коэффициенти 67,7% ташкил этиб, ЛХ бозори даромадининг аскарият қисми санокли ЛБ қўлида эканлигини яна бир бор исботлади.

Хулоса сифатида, бозор рақобатбардошлиги диагностикасида концентрация даражасини таҳлил этиш муҳим ҳисобланади. Айнан, сотувчиларнинг концентрацияси тармоқдаги фирмалар сонини ва нисбий ҳажминини кўрсатиб бера олади. Концентрация даражаси ЛБнинг рақобат ёки шерикликка мойиллигини аниқлаштиради: ЛБ сонининг камлиги уларнинг шерикчилик шартларига кўпроқ ён босишларини кафолатлайди. Концентрациянинг юкори бўлиши, бозордаги рақобатни пасайтиради. Шу билан бирга, етакчи ЛБ лизинг бизнесининг молиявий барқарорлигини баҳолашга ёрдам беради. Бугунги кунда фойдаланилиб келинаётган ЛК миллий рейтинг методикаси етакчи халқаро рейтинг агентликларини қўллаб келиётган ЛК фаолиятининг умумқабул қилинган метёр, стандарт ва мезонларга асосан "Айбор-Рейтинг" РА томонидан баҳолаш методикаси ишлаб чиқилган бўлиб, ЛК молиявий барқарорлигига таъсир этувчи сифат ва миқдор омилларини ҳар томонлама таҳлил қилишга асосланган¹¹. ЛБ фаолиятини баҳолашда миллий ёндашувнинг мавжуд эканлигига қарамадан, мазкур схемани амалга оширишда бир қатор камчиликлар мавжуд, масалан: ЛБ фаолияти баҳолаш натижалари ўз вақтида кенг оммага тақдим этилмагани, тақдим этилаётган маълумотлар шаффофлик даражасининг пастлиги ва шу кабилар. Бундан ташқари, ЛХ бозорининг инфратузилмаси ва рақобатбардошлиги доирасидаги жорий ҳолат юзасидан тақдим этилаётган маълумотларда ноаниқликлар мавжуд.

Мазкур ёндашувларнинг мавжудлигига қарамадан амалиётда ЛБ фаолиятини баҳолашда бир қатор камчиликлар мавжуд. Бундай камчиликлардан бири қўлланилаётган ёндашувлар ЛХ молиявий қулайлигини тўлиқ баҳолай олмагани, ЛБ фаолияти натижаларининг вақтида ва шаффоф акс эттирилмаётганлигидир. Бундан ташқари ЛХ бозори ҳолати доирасида унинг инфратузилмаси ва рақобатбардошлиги тўғрисидаги ахборотларнинг тақдим этилишидаги ноаниқликларни кiritиш мумкин.

Таъкидот ишида Ўзбекистон лизинг ассоциацияси томонидан олиб борилаётган бир қатор ижобий ишлар натижаларини ҳисобга олган ҳолда, улар

учун ЛБлар рейтингини жорий этиш методикаси тақлиф этилди. Лекин, бунда ЛБ рақобатбардошлигини аниқлашда маркетинг элементларидан фойдаланилиб, у орқали таҳлил этилишини нисбатан самарали деб ҳисоблаймиз. Шу ўринда, таъкидот ишида ЛБ маркетинги хариддорларга асосланган маркетинг концепциялари билан узвий боғланган молиявий саводхонлик ва молиявий очиклик тушунчаларини кiritиш борасидаги гипотезасининг таъкидланишига ҳаракат қилинди. Молиявий саводхонлик ва молиявий очиклик мезонларининг кiritилиши нафақат бозорнинг рақобатбардошлик фаолиятига, балки ассоциация фаолиятига ҳам ижобий таъсир кўрсатади, хусусан; молиявий бозор элементларидан фойдаланиш ҳисобига ассоциация фаолиятининг даражаси ва сифати ошишини; ЛО ва ЛБ ўртасидаги куттиш вақтидаги фарқнинг камайишига олиб келишини; ҳўжалик юритувчи субъектларнинг ЛХ сотувчиларига бўлган ишончини; молиявий очиклик ва молиявий бозор ўртасидаги қиймат занжири алоқаларининг тинимлигини ва қўллаб-қувватланишини таъминлаб туради.

Таъкидотда миллий ЛХ бозорда рақобатбардошликни қўллаб-қувватлаш мақсадида ЛБ рейтингини баҳолаш методикасида уч гуруҳдан иборат индикаторлардан фойдаланиш тақлиф этилган:

- 1) ЛХ ҳажми: фаолият юритаётган ЛБ сонини; ташкилий шаклига кўра ЛБ сонини; фаолият юритаётган ЛБ бўлимлари (филиаллари)нинг сонини.
- 2) ЛХ бўлган талаб: муддати тугамаган шартномалар сонини; янги тузилган шартномалар ва уларнинг улуши; вақти ўтган лизинг тўловлари ва уларнинг улуши; ЛО ташкилий шаклига кўра тузилиши.
- 3) ЛХ сифати: қўшимча хизматлар сонини; лизинг фонзи; лизинг битимида лизинг авансининг улуши; ариза тушгандан лизинг шартномаси имзоланган пайтгача бўлган вақт; ЛБ лизинг предмети бўйича монополашуви даражаси (коэффициентда); ЛО олинган сўровнома натижалари.

Юкорида берилган ёндашувларга асосланиб, диссертация ишида ЛБ фаолияти рейтинг кўрсаткичларини даврий нашр (ҳар чоракда) этиш дастури тақлиф этилган. Шунингдек, бу дастурда нафақат операцион даромад ва харajatлар, ссудалар бўйича мумкин бўлган йўқотишлар учун захира, солиққа тортилгунга қадар фойда ҳажми, ҳар бир чорак учун янги бизнес учун ижарага берилган активлар портфелини шакллантириш, балки ЛБ фаолияти рейтингини баҳолашда қўлланиладиган қуйидаги индикаторлардан фойдаланиш мақсади деб топилди, яъни: рентабеллик индекси, даромад ва харajatларнинг нисбати, хавф-хатар баҳосининг коэффициенти, активлар рентабеллиги коэффициенти.

Шу билан бирга, ЛХ бозорини молиявий саводхонлик ва очиклик билан таъминлаш мақсадида бир қатор вазифалар ҳам белгиланди, булар: турли мақсадли аудиториялар учун информацион материалларни ишлаб чиқиш; молиявий саводхонлик бўйича ЛБ сотиш бўлими ходимларини тайёрлаш, малакасини ошириш ва қайта тайёрлаш; молиявий хизматлар истеъмолчиларини ҳуқуқларини ҳимоялаш борасида ЛОни маълумот билан таъминланишини ташкил этиш; Интернет тизимидаги ахборот-ташвиқот ресурсларини қўллаб-

¹¹ Рейтинговое агентство «Айбор-Рейтинг» - <http://айбор-рейтинг.uz/uz/uz/uz> (муружат қилинган: 10.05.2019).

қувватлаш; ЛХ бозори истеъмолчилари билан самарали қайта алоқа механизмларини яратиш.

Тадқиқотда Урганган "O'zagrolizing" АЖ Самарқанд филиали фаолиятининг ривожланишида ички инновациялар нафақат унинг тижорат самарадорлигини оширишга, балки умумий инновацион-инвестицион фаолиятини оширишга олиб келиши қайд этилган. Инновациялар янгилик даражасига кўра истеъмолчи янгиликлар таснифи таркибига киритилиши лозим, бунга сабаб молиявий бозор фаолиятида қўлланилиши маълум бўлган усуллар ва воситалардан фойдаланилади. Шунинг учун, ишда янгилик бўйича инновациялар моделнинг ўзаро алоқалари сегментлари тубдан таҳлил қилинди.

Таҳлил натижаси маъмур воситалардан самарали фойдаланишда инкор этиб бўлмайдиган, яъни инновацион менежмент ва уни жорий қилишнинг асосли хавф-хатарлар билан боғлиқ ташкилий ўзгаришлар акс этди.

Инновацияларни белгиси ва турлари бўйича таснифлаш лизингнинг инновацион фаолияти комплексига янгича ёндашувларини очиб беради, бунда асосий мақсад бўлиб, ЛОни керакли мулк, технологик хужжатлар, персонал, айланма маблағларнинг ўсиш кўрсаткичи ва қўшимча хизматлар билан таъминлаш ҳисобланади. Бу эса ўз навбатида, шерик-лизинг олувчининг ривожланишига қаратилган инвесторнинг ички ва ташқи инновацияларини ягона комплексда бириктирувчи ва инновацион инфратузилманинг инвестицион ташкил этувчи субъектининг инновацион фаолияти тўғрисидаги тушувчанни кенгайтиришга олиб келади.

Шунингдек, лизинг хизматида асосан инновацион лизинг предметининг ҳаракатланиши бўйича ЛК ақтия фаолияти, бизнинг фикримизча, қуйидагиларни олдиндан белгилаб олиши лозим: ЛО учун етказиб берилмаётган инновацион ЛХ аҳамияти; инновацион лизинг предметининг нархи; инновацион лизинг предметидан фойдаланишдаги қулайликлар; инновацион лизинг предметига барқарор хизмат кўрсатишнинг даражаси ва сифати; ишбилармонлик муҳитида ЛК обрў-эътибори ва имиж.

Бундан келиб чиқиб, ишда маркетинг фаолияти стратегиясини ривожлантириш шароитида ЛК ўзларининг лизинг олувчи-миқозлари билан бўлган муносабатларини қайта кўриб чиқиш зарурияти таъкидланган. Агар илгари ЛК ускуна ёки хизматларнинг стандарт тўпламини таклиф этишган бўлса, ҳозирда аниқ субъектлар учун мўлжалланган ЛХ янги турларини доимий равишда таклиф этиши мақсадлидир.

Шунинг учун, ЛХ бозоридаги улушни ушлаб туриши ва кўпайтириши мақсадида аниқ бир кўрсаткичлар бўйича потенциал миқозлари орқали ЛК узулуксиз равишда ЛХ бозорини сегментлаб боришлари мақсадга мувофиқдир. Улар эса, ўз навбатида, аниқланган сегментларга талаб этилган ускуналар ёки лизинг предметларини таклиф этишлари орқали лизинг маҳсулоти тури ва сифатининг оширилиши таъминлайди.

Маъмур ёндашувлар ЛО ва ЛК учун венчур лойиҳаларининг инвестицион жозибадорлигини таъминловчи ва ЛК хавф-хатарларини камайтирувчи

ускунадан фойдаланиш технологиясининг патент лизингини аънавий лизинг ўртасидаги алоқаларининг янги шаклини фарқлай олинга ёрдам беради.

ЛК стратегик ривожлантириш моделини ишлаб чиқиш вазифини ечим натижасида ЛО корхона ичидаги салбий ўзгаришларни ўз вақтида диагностикасини ўтказиш ҳамда лизингнинг ривожлантириш механизмининг тартибга солиш усулларида фойдаланиш имкониятини беради.

ХУЛОСА

Ўзбекистонда лизинг хизматларини ривожлантириш самарадорлигини ошириш йўллари тадқиқ қилиниб, қуйидаги илмий-назарий ва амалий аҳамиятта эга хулосалар келтирилган ва тавсиялар ишлаб чиқилган:

1. Лизинг – ЯИМ қийматининг бир қисmini қайта тақсимланиши билан боғлиқ бўлган инсонлар ўртасидаги муносабатларни акс эттирувчи қиймат категорияси. Бинобарин, лизинг қиймат тақсимотининг бир қисmini акс эттирса, лизинг муносабатларининг табиати ва моҳияти эса иқтисодий категория сифатида ҳисобга олинади. Лизинг орқали ресурсларнинг касрга ва қай шаклда йўналтирилишидан қўғий назар, лизингнинг иқтисодий муносабатлар сифатидаги моҳияти ўзгармайди. Шунинг учун, лизинг молия, маркетинг, менежмент ва кредит категорияларининг қобиғи сифатида иқтисодий категорияни акс эттиради.

2. Лизинг ва ижара муносабатларининг алоҳида қисmlарининг функционал мақсадларини ўрганиш жараёнида нафақат индивидуал истеъмол воситаларини, балки лизинг субъектлари эҳтиёжини биргаликда қондириш воситаларини ўзига олган лизингнинг шаклланиш манбалари таркибий тузилмаси кўрсатиб берилган.

3. Лизингнинг ўзига ҳос хусусиятларини ўрганиш натижасида лизингга қуйидагича таъриф берилган, яъни: "Лизинг – хавф-хатарлар шароитида рақобатбардошлиқ ва барқарорликни таъминлаш мақсадида пул маблағлари ҳисобидан мулк объектдан фойдаланиш ва уни кейинчалик сотиб олиш ҳақи эвазига учинчи шахс (сотувчи) ёрдамида субъектларнинг эҳтиёжини қондириш натижасида келиб чиқадиган иқтисодий категория".

4. Қуйидагиларнинг таъминланишида LCDB лойиҳасидан фойдаланишнинг мақсадга мувофиқлиги асосланган, яъни: юқори технологиялар; алоқадорлик; миқознинг талаби ва масалаларига замонавий ечим топиш; ҳар бир миқоз билан самарали ёндашуви ташкил этиш; мўлҳумотларни янгилаш борасида юқори тезликдаги операцияларни амалга ошириш; шартнома шартлари бажарилишини назорат қилиб бориш; CRM тизимидан комплекс фойдаланиш имконияти; вақт ва маркетинг харажатларини қисқартириш; маркетинг назоратининг узлуksизлиги; маркетинг таҳлилларини ўз вақтида ўтказиш имконияти.

5. Стратегик портфель таҳлили элементларидан фойдаланган ҳолда маркетинг тадқиқотлари жараёнида 2019 йилда етакчилик қилиб келган ўрта маҳаллий ЛБ лизинг хизматлари бозоридаги ҳолати аниқланди. BCG матрица таҳлили натижасига кўра, ЛХ бозоридаги етакчи ЛБ 80% "итлар" худудидан

Урин олинди ва ундаги ЛК ва тижорат банкларининг улушлари ўзаро тенглашди. Шунингдек, ЛХ бозорида "жийналиб қолган болалар" ва "соғин сизирлар" мавжуд бўлиб, ҳар бирининг умумий бозордаги улуши 10% ташкил этди. Афсуски, ЛХ бозорида 2019 йилда "юлдузлар" кузатилмади, бунинг асосий сабаби, Fincom МЧЖ бозорга кириб келганидандир. Бу ҳолат ўтган даврни эътиборга олинганда "O'zbek Leasing International" АЖ ва "O'zavtosanoat-Leasing" МЧЖ ЛК "соғин сизирлар" ҳудудидан "итлар" ҳудудига ўтишларига ҳам сабаб бўлди. BCG матрицасида ЛБ жойлашувига қараб ўз фаолиятини қўллаб-қувватлаш ёки тузатишлар киритиш мақсадида тегишли стратегик маркетинг мақсадлари белгилаб берилган.

6. Маркетинг тадқиқотлари ёрдамида амалий тажрибаси ўрганилганда хавф-хатарларни методик тартибга солиш зарурияти мавжудлиги аниқланган. Тадқиқот ишида келтирилган хавф-хатарларни самарали тартибга солиш модели схемаси ёрдамида хавф-хатарлар шариотида хўжалик юриштирининг "иқтисодий уйин қондаси"ни белгилаб олиш ва қарорларини асослашда фойдаланиш имконияти мавжуд.

7. ЛХ бозорида молиявий очиқлик ва қулайликни таъминлаш борасидаги дастурнинг қўллаб-қувватланишининг аҳамияти асосланган, яъни: турли мақсадли аудиторияларга ахборот материалларини ишлаб чиқиш; лизинг ташкилотлари ходимларига молиявий саводхонликдан малакасини ошириш ва қайта тайёрланишини таъминлаш; молиявий хизматлар истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш соҳасида ЛО ахборот беришни ташкил этиш; Интернет тизимида ахборот-ташвиқот ресурсларини қўллаб-қувватлаш; ЛХ бозори истеъмолчилари учун самарали қайта алоқа механизмларини шакллантириш.

8. ЛХ бозори субъектини стратегик ривожлантириш модели ЛО ички муҳитидаги салбий ўзгаришларни вақтида аниқланишини таъминлаб, лизинг ривожланиши механизмининг тартибга солишининг тегишли усулларини белгилаб беради.

9. Муаммоларни бартараф этиш ЛХ бозори маркетинги концепциясига боғлиқ. Шу ўринда, лизинг шартномасининг 5-20 фонд миқдорига тахиралар шакллантириш мақсадга мувофиқдир. Бунда ЛБ ликвидлигини самарали бошқариш шакли сифатида ЛО хизмат кўрсатувчи банкда ҳисоб рақамларига ўтиши белгиланган. Маъмур таклифнинг мақсадга мувофиқлиги ЛБ ликвидликнинг рискинни бошқаришида акс этиб, иқтисодий ва вақт йўқотишлари эҳтимоли камайиши орқали истикболда иқтисодий самарадорликнинг ўсиши белгиланган.

SCIENTIFIC COUNCIL NO DSc.03/30.12.2020.L16.02
AWARDING OF THE SCIENTIFIC DEGREES
AT THE TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS
SAMARKAND INSTITUTE OF ECONOMICS AND SERVICE

MURADOVA NARGIZA ULJAEVNA

IMPROVEMENT EFFICIENCY OF THE
LEASING SERVICES MARKET IN UZBEKISTAN

08.00.11 – Marketing

ABSTRACT
of the dissertation of the Doctor of Philosophy (PhD) on economic sciences

The theme of dissertation of Doctor of Philosophy (PhD) was registered under number B2019.3.PhD/qst54 at the Supreme Attestation Commission at the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan.

The dissertation has been prepared at the Samarkand Institute of Economics and Service.

The abstract of dissertation is available in three languages (Russian, Uzbek, English (rossmo)) at the Scientific Council website (www.tsuu.uz) and on the information and educational portal «ZiyoNets» (www.ziyo-net.uz).

Scientific supervisor: Zaynalov Djaxonir Rasitovich
Doctor of science in Economics, Professor

Official opponents: Suyunov Dilshurod Xolmurodovich
Doctor of science in Economics, associate professor

Sobirov Oylbek Shavkatbekovich
Candidate of Economic, associate professor

Leading organization: JSC «UZBEK LEASING INTERNATIONAL A.O.»

The defense of the dissertation will take place on 8.08 2021 at the meeting of the Scientific Council DSc.03/30.12.2020.L16.02 at the Tashkent state university of economics. Address: 100066, Tashkent, Islam Karimov street, 49. Phone (99871) 239-01-49; Fax: (99871) 239-41-23; e-mail: tdiu@tsue.uz.

The dissertation can be reviewed at the Information Resource Center of the Tashkent state university of economics (registered under No. 1024). Address: 100066, Tashkent, Islam Karimov street, 49. Phone (99871) 239-28-75; Fax: (99871) 239-28-75; e-mail: tdiu@tsue.uz.

The abstract of the dissertation was distributed on 21.08 2021.

(mailing record No. 12 on 21.08 2021).



[Signature]
M.P. Eshov
Chairman of the Scientific Council
for awarding of scientific degrees,
Doctor of science in Economics,
Associate Professor

[Signature]
D.M. Mavlyanova
Interim Scientific Secretary of the
Scientific Council for awarding of
scientific degrees, Doctor of
Philosophy in Economics (PhD)

[Signature]
Sh.Dj. Ergashodjaeva
Chairman of the Scientific seminar of
the Scientific Council for awarding
of scientific degrees, Doctor of
economic science, Professor

INTRODUCTION (abstract of the thesis of the Doctor of Philosophy (PhD))

The purpose of the research is to develop proposals and recommendations to improve the efficiency of the development of the leasing services market.

The tasks of the research work are:

to identify the socio-economic foundations of the formation of leasing as an economic category;

define the economic content of the term "leasing" and "rent", give a classification of leasing operations, taking into account the criteria and differentiation between leasing and rent;

analyze the criteria for the business ties of lessors and generalize marketing approaches to the formation of their competitiveness;

to summarize marketing research of the leasing services market and mechanisms for regulating economic risks of business entities;

to develop marketing mechanisms to increase the efficiency of the infrastructure development of lessors, taking into account the formalizing conditions and forms of participation in the innovation activities of the lessee and the way to prevent damage to lessors;

to propose a mechanism for the strategic development of the innovative infrastructure of a leasing company based on the model of innovative leasing services;

to develop recommendations to ensure an increase in the efficiency of the development of the leasing services market.

The object of the research is leasing organizations and the leasing services market in Uzbekistan.

The scientific novelty of the research work comprised of following:

substantiated the need to establish a period in proportion to the intensity of changes in interest rates to support the increase in the financial capabilities of lessees;

developed and improved a project of an innovative platform for an interactive digital marketplace aimed at forming a marketing information system among participants in the leasing market through the introduction of modularity and standardization factors;

Justified in practice by JSC "O'zagrolizing" assessment of the rating of lessors' activities in accordance with the share of the financial market, national standards, criteria of demand and quality;

justified the expediency of forming reserves in the amount of 5-20% in accordance with the lease agreement, in order to manage the liquidity risk of lessors.

The scientific and practical significance of the research are as follows:

the assessment of the need to achieve the level of ensuring financial accessibility and literacy as a way to improve the mechanism of relationships in the leasing services market is given;

summarized the state and development of the marketing mechanism of leasing services, and the development of leasing relations;

a procedure has been developed for determining the rating of lessors using

profitability indicators when assessing demand, volume and quality of leasing services;

substantiated a model of organizational and managerial leasing innovations of leasing companies as ways to prevent their damage.

Implementation of research results:

proposals for setting a deadline, in proportion to the intensity of changes in interest rates to support an increase in the financial capabilities of lessees, were introduced by order of the Leasing association of Uzbekistan dated January 3, 2019 No. 26 (approved by certificate No. 1150 dated September 3, 2020. Leasing Association of Uzbekistan). As a result of this proposal, using the approaches of a consumer-oriented marketing concept that ensures financial accessibility and financial literacy, a positive impact on the process of leasing agreements was achieved, reducing transaction costs by an average of 9-10%;

scientific proposals for the development and improvement of the project of an innovative platform for an interactive digital marketplace aimed at forming a marketing information system among participants in the leasing services market through the introduction of modularity and standardization factors are included in the program of the Leasing association of Uzbekistan for the prospective development of the leasing services market (approved by order No. 26 of January 3 2019 and certificate No. 1150 dated September 3, 2020 of the Leasing Association of Uzbekistan). As a result of the implementation of this project, a reduction in the cost of analyzing business partners and clients, conducting marketing research and marketing activities by an average of 8% was achieved;

the proposal for assessing the rating of lessors' activities in accordance with the share of the financial market, national standards, criteria of demand and quality in practice, JSC "O'zagrolizing" was introduced by order of the Leasing Association of Uzbekistan dated January 3, 2019 No. 26 (approved by certificate No. 1150 dated September 3, 2020 of the Leasing association of Uzbekistan). As a result of the implementation of this proposal in practice by activating the mechanisms of marketing the competitiveness of lessors, the indicators of the effectiveness of marketing activities increased on average by 4%;

scientific recommendations on the formation of reserves in the amount of 5-20% according to the lease agreement, in order to manage the liquidity risk of lessors, was introduced into the practice of JSC "O'zagrolizing" according to order No. 26 of the Leasing Association of Uzbekistan dated January 3, 2019 (approved by certificate No. 1150 of September 3, 2020 of the Leasing Association of Uzbekistan). As a result of the introduction of a scientific proposal into the practice of business relations, O'zagrolizing JSC of the Samarkand regional branch, which is a member of the Leasing Association of Uzbekistan, where economic and temporary losses have decreased by 4%, economic efficiency has increased by 7%.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ LIST OF PUBLICATIONS

I часть (I бўлим; I part)

1. Мурадова Н.У. Необходимость совершенствования маркетинговых исследований рынка инновационных лизинговых услуг // Иқтисодийёт ва таълим. – 2016. - № 4. – 2016. – С. 111-116. (08.00.00; 11).
2. Мурадова Н.У. Планирование лизингового маркетинга инновационных услуг // Иқтисодийёт ва таълим. – 2014. - № 3. – С. 72-75. (08.00.00; 11).
3. Мурадова Н.У. Анализ влияния бизнес процессов на развитие лизинга // Иқтисодийёт ва инновацион технологиялар. – 2014. - № 3. (08.00.00; 10).
4. Мурадова Н.У. Изучение особенностей рынка лизинговых услуг и используемых маркетинговых инструментов в Узбекистане // Маркетинг в России и за рубежом. – 2019. - № 1 (129). – С. 72-76. (08.00.00; 12).
5. Мурадова Н.У. Значимость маркетинговых подходов на рынке инновационных лизинговых услуг // Ўзбекистоннинг экспорт салоҳиятини оширишда маркетинг тизимдан самарали фойдаланиш йўллари. Республика илмий-амалий анжумани. 24 ноябрь 2017. – Тошкент, 2017. С. 220-221.
6. Мурадова Н.У. Маркетинговая среда лизингодателя и его влияние на формирование рынка лизинговых услуг // Иқтисодийётни диверсификациялаш шартларида кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари фаоллигини ривожлантиришнинг долзарб масалалари Республика илмий-амалий анжумани. 5 декабрь 2014. – Тошкент, 2014. С. 254-259.
7. Muradova N.U. Necessity of modern marketing approaches in order to support the competitiveness in service sector // Materials of the International Conference "Scientific research of the SCO countries: synergy and integration". Part 1. March 26, 2019. – Beijing. P. 55-59.
8. Мурадова Н.У. Повышение роли рынка лизинговых услуг в условиях глобализации и устойчивости развития национальной экономики // Международная научно-практическая конференция. 14-15 мая 2013. – Полтава, 2013. С. 81-83.

II часть (II бўлим; II part)

9. Мурадова Н.У. Необходимость совершенствования маркетинговых исследований рынка лизинговых услуг // Биржа эксперт. – 2012. - № 1-2. – С. 49-51.
10. Мурадова Н.У. Маркетинговые задачи лизинговых компаний // Биржа эксперт. – 2011. - № 11-12. – С. 53-55.

11. Мурадова Н.У. Лизинг как инструмент формирования инновационной деятельности в сфере агротуризма // Экономика и парадигма нового времени. – 2018. - № 5 (7). – С. 15-19.
12. Мурадова Н.У. Определение показателя конкурентных позиций лизинговых компаний // Экономика и финансы. – 2011. - № 11-12 (191-192). – С. 35-38.
13. Мурадова Н.У. Необходимость продвижения инноваций на рынке лизинговых услуг посредством маркетинга // Узбекистон иқтисодий ва саноат барқарор ривожланиши: оммалар, натижалар ва истиқболлар. Республика илмий-амалий анжумани. 30 октябрь 2018. – Тошкент, 2018. С. 220-223.
14. Мурадова Н.У. Сервисные услуги как элемент инновационной маркетинговой деятельности лизингодателей // Глобальные проблемы модернизации национальной экономики. VIII Международная научно-практическая конференция. 17-18 апреля 2019. – Тамбов, 2019. – С. 488-493.

Автореферат «ТДИУ» тахририятида тахрирдан
ўтказилди ва ўзбек, рус ва инглиз тилларидаги матнларини
мослиги текширилди.

Босишга рухсат этилди: 20.08.2021 йил.
Бичими 60x84 1/16, «Times New Roman»
гарниттурада рақамли босма усулида босилди.
Шартли босма табиғи: 3.4. Адади 100. Бужуртма № 129.
Тел (99) 832 99 79; (97) 815 44 54.

Гувоҳнома roestr № 10-3279

“IMPRESS MEDIA” МЧЖ босмахонасида чоп этилган.
100031, Тошкент ш., Яқкасарой тумани, Қушбеги кўчаси, 6-уй.