

Однако до недавнего времени лишь немногие руководители белорусских предприятий использовали в своей деятельности финансовый лизинг. В этой связи на страницах научных и практических изданий появлялись многочисленные публикации зарубежных и отечественных авторов, посвященные вопросам лизинга, в которых делались попытки уточнить значимость лизинга по сравнению с другими формами финансирования инвестиций.

Обществу с ограниченной ответственностью «Марчелло» для переоснащения технологической базы ремонтного цеха необходимо приобрести оборудование стоимостью 118 млн р. В связи с нехваткой свободных денежных средств в достаточном объеме для непосредственной покупки активов принято решение об использовании заемного капитала в форме лизинга или кредита сроком на 2 года.

Обслуживающий банк открытое акционерное общество «Рэкетир» предлагает кредит на условиях погашения основной суммы долга ежемесячно равными частями и ежемесячной уплаты процентов за пользование кредитом по общей ставке 18% годовых (включая расходы по обслуживанию кредита).

Лизинговая компания общество с ограниченной ответственностью «Надежда» предлагает аналогичные условия финансирования с выплатой вознаграждения на уровне 3% годовых. Остаточная стоимость объекта по договору лизинга составляет 5% от первоначальной.

Если при прямом рассуждении и принятии решения только на основе затратной части сопоставляются суммы платежей, подлежащие уплате в рамках договора лизинга и кредитного договора соответственно, то получится, что лизинг на 8,2% менее эффективен, чем кредит. Величина лизинговых платежей всегда получается большей по сравнению с кредитными за счет обложения лизинговых операций налогом на добавленную стоимость.

Введение понятия налогового щита, заключающегося в появлении возможности экономии на налогах, позволяет уточнить результаты сопоставлений. Так, сравнение лизинга и кредита покажет значительное превосходство лизинга над кредитом почти на 20%. На результатах таких расчетов и был сделан распространенный в печати вывод о безусловной эффективности лизинга для всех возможных случаев.

В случае расширения диапазона исследования до периода полной амортизации приобретаемого объекта, а также принятия во внимание возможности субъекта хозяйствования по использованию появляющегося налогового щита (по НДС, а также налогам и сборам из прибыли) и учета фактора стоимости денег во времени результат сравнения лизинга и кредита может значительно измениться. Таким образом, следует отметить, что хоть лизинг по-прежнему остался более эффективным по сравнению с кредитом, однако разрыв между результатами сократился почти в 4 раза – до 5,4% от стоимости приобретаемого объекта.

Однако стоит нам поменять один из параметров начальных условий, например изменить ежемесячный объем продаж с 59 млн р. (50% от контрактной стоимости объекта) до 41,3 млн р. (35% от контрактной стоимости объекта), лизинг тут же становится менее эффективным по сравнению с кредитом.

Так как лизинговые компании и кредитные учреждения заинтересованы, в первую очередь, в привлечении как можно большего числа клиентов (лизингополучателей и заемщиков), они объективно не могут предлагать потенциальным клиентам наиболее эффективные схемы финансирования в каждом конкретном случае.

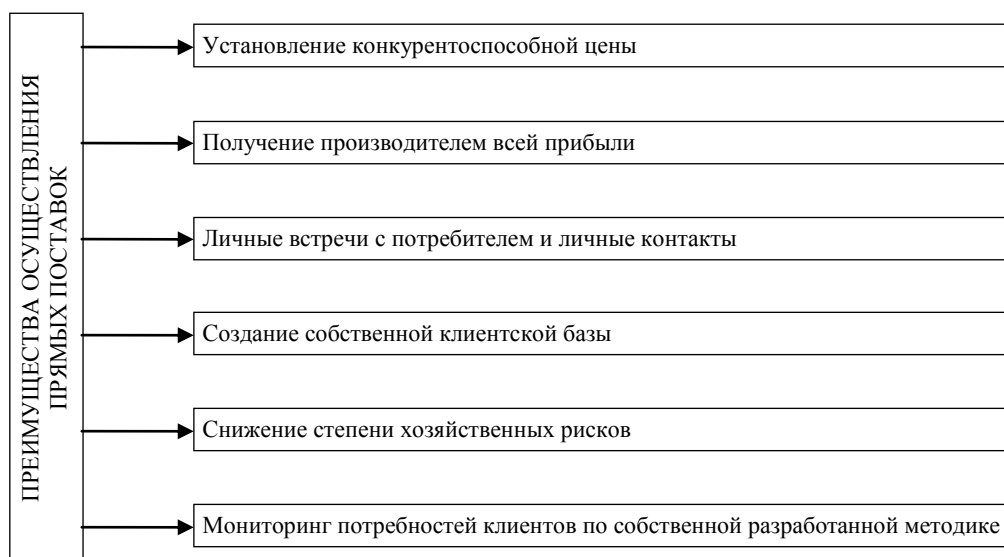
**В. В. Матлаш,
Ю. А. Старотиторова
Научный руководитель
А. Ю. Бердин**

*Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого
г. Гомель, Республика Беларусь*

ПРЕИМУЩЕСТВА ОРГАНИЗАЦИИ ПРЯМЫХ ПОСТАВОК ДЛЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Прямые продажи являются самой короткой и, с точки зрения получения максимальной прибыльности, оптимальной формой распределительной политики. Доминантные преимущества, которые получают предприятия при организации сбыта посредством прямых продаж, представим на рисунке.

Преимущества организации прямых поставок



Прямые поставки обуславливают сбытовой канал нулевого уровня. Соответственно, и вся потенциальная экономическая прибыль остается в распоряжении предприятия и составляет все 100% от дельты между рыночной ценой и полной себестоимостью производителя.

Предприятие-производитель работает с конечным потребителем в прямом контакте. В ряде случаев при развитой цепочке посредников производитель вообще не имеет никакого контакта с конечными потребителями, не владеет рыночной ситуацией, не может отслеживать конечный уровень цен. При работе посредством прямых поставок производитель обеспечивает себе возможность проведения постоянного мониторинга как рыночной ситуации в целом, так и потребностей отдельного клиента в частности.

При прямых поставках предприятие-производитель в полной мере контролирует весь процесс и не рискует быть введенным в заблуждение торговыми посредниками и упустить тенденции угроз внешней среды на уровне конечных потребителей продукции вследствие того, что посредники будут заинтересованы только в единовременной высокой прибыли, а не формировании стратегической конкурентоспособности предприятия-производителя. Не работая напрямую с потребителями, невозможно осуществлять адекватный мониторинг динамики потребностей и оценки удовлетворенности.

Предприятие-производитель будет самостоятельно управлять клиентской базой. Наличие собственной клиентской базы позволяет оперативно управлять процессами в области маркетинга и сбыта, а главное, предотвращает потенциальную возможность коммерческого шантажа со стороны посредников. Ведь если посредник, не достигнув договоренности с производителем относительно ценового уровня или объемов выделенных квот, прекратит приобретать продукцию, то производитель останется без оборотных средств.

Полностью нивелируются риски недобросовестного ведения бизнеса со стороны посреднических организаций. Предприятие будет самостоятельно контролировать все финансовые потоки и прочие взаимоотношения с клиентами. Вследствие этого вероятность возможного банкротства посреднических структур, приостановление их деятельности на время проверок, а также недобросовестное ведение бизнеса со стороны посреднических структур будет нивелирована.