РАЗДЕЛ XIV. ЭКОНОМИКА

Альперович Г.А.

Сущность и особенность залогового механизма в банке

*Уральский Государственный Экономический Университет
(Россия, Екатеринбург)*

doi: 10.18411/lj-08-2019-56

idsp: ljournal-08-2019-56

Аннотация

Практически в любой сфере деятельности компании стремятся уменьшить риски и угрозы экономической безопасности. В банковской сфере таким механизмом является понятие залог, который выступает гарантией возврата денежных обязательств и/или активом для погашения задолженности. Залоговый механизм претерпел изменения на протяжении развития банковской сферы деятельности, и на сегодняшний день имеется огромное количество видов залога и способов их функционирования.

Ключевые слова: залоговый механизм, банковская сфера деятельности, обеспечение, задолженность, имущество.

Abstract

Almost in every field of activity, companies tend to reduce risks and threats to economic security. In the banking sector, there is the concept of collateral mechanism, that acts as a guarantee of the return of monetary obligations and/or an asset for paying off debt. The collateral mechanism has been changing during the development of the banking sector, and today, there are a huge number of types of collateral mechanisms and how they function.

Key words: collateral allocation mechanism, bank activity sector, security, debt, property.

Существует много различных форм кредитных ресурсов, которые оказывают большое влияние на экономику в целом [6]. Банки защищают свои кредитные ресурсы путем их обеспечения залогом. Данный механизм обусловлен необходимостью защиты от потенциальных сомнительных заемщиков, от увеличения просроченной задолженности и возникновения угрозы финансово-хозяйственной деятельности [11]. Из сказанного следует, что внедрение залога связано с проблемой возврата заемных средств.

Использование залога предполагает наличие специального механизма для его применения. Залоговый механизм представляет собой процесс подготовки и заключения договора о залоге. Данный механизм возникает в момент рассмотрения кредитной заявки и сопровождает весь период выплаты кредита и процентов по нему [4]. До сих пор не установлена структура залогового механизма. Обращение к использованию залога в качестве актива для погашения кредиторской задолженности возникает в момент, когда кредитор не в состоянии выплатить его из своих доходов [2].

Несмотря на всю надежность применения залогового механизма, современная практика не стоит на месте, предъявляет новые требования к залоговому механизму. Они обусловлены потребностью в поиске способов оценки предмета залога. Также не теряет актуальности тема, связанная с механизмом оценки предметов залога, с методикой и правовым регулированием залогового обеспечения кредитных операций и анализом текущей стоимости залога на период действия договора кредитования. Соответственно сокращение просроченной задолженности основная цель развития залогового механизма банков [10].

В зависимости от типа кредита банк предъявляет требования к залому. Вид залога образуется посредством выделения общих признаков в индивидуальных понятиях и само имеет общие признаки с другими видовыми понятиями [8]. На рисунке 1 представлены виды залогов и нормативно-правовые акты, которые их регулируют.

В России кредиты классифицируют по следующим признакам: по сроку, по объектам кредитования, по обеспеченности, по платности, по отраслевой направленности. Соответственно, чем дороже кредит, тем более строгими будут требования к залому. Выручка представляет собой реальную гарантию возврата кредита в ситуации, когда заемщик финансово устойчивый и готовый к честному сотрудничеству с банком (или является клиентом банка длительное время). Однако некоторые заемщики могут оказаться недобросовестными, поэтому возникает необходимость иметь дополнительные гарантии возврата кредитов, а именно обращение к вторичным источникам обеспечения их возвратности.

Рисунок №1 – Виды залогов [4]

В банковской практике России именно залог как способ обеспечения кредита является одним из самых распространенных [5]. Рассмотрим преимущества и недостатки залога. Преимуществами залогового механизма являются:

- вещный, материальный способ обеспечения обязательства;
- удовлетворение требования банка преимущественно перед другими кредиторами;
- опасность лишиться заложенного имущества является дополнительным стимулом для заемщика исполнить обязательство;
- большое количество вариантов предметов залога;
- возможность оценки предмета залога по рыночной стоимости;
- при соблюдении определенных требований, залог имеет высокую ликвидность и реализуемость обеспечения.

Недостатками залогового механизма являются:

- возможные колебания стоимости предмета залога;
- необходимость постоянного контроля и мониторинга;
- возможные трудности оценки;
- возможность мошенничества со стороны заемщика;
- потенциальные сложности с реализацией и длительным периодом процедуры обращения взыскания.

Основная проблема, которая оказывается негативное воздействие на кредитора по залоговому обязательству – это длительность судебных разбирательств, необходимых для изъятия и реализации заложенного имущества, возможность заемщика раз за разом опротестовывать решения судов [2].

Залог обладает свойством следования. Свойство следования заключается в том, что, кто бы ни был собственником заложенной вещи, как бы должник ее не пытался продавать, если вдруг должник будет признан банкротом и он не платит по своим обязательствам, то кредитор может найти эту вещь. Если данная вещь находится во владении самого кредитора, то ему нет необходимости её искать, а в случае, если в залоге недвижимость, то никуда даже не надо ходить: недвижимость стоит на том же месте, где она всегда находилась. Данное свойство порождает свойство публичности залога. Публичность залога проявляется в том, что любое лицо может из независимого источника получить информацию о том, находится ли данный объект в залоге или нет. Еще одно свойство залога заключается в том, что размер залога остается неизменным в случае, если предмет залога подорожает или, напротив, подешевеет на рынке, если об этом не договорились стороны договора залога.

Форма договора залога права зависит от формы договора об отчуждении закладываемого права [7]. Если законом или договором залога права не установлено иное, предметом залога являются все принадлежащие залогодателю права, которые вытекают из соответствующего обязательства и могут быть предметом залога. Банками предусматривается, что залогодателем имущества может быть его собственник, либо лицо, имеющее на него право хозяйственного ведения [1, ст. 335, п. 3].

Выделяют следующие блоки залогового механизма: фундаментальный (основной), организационный и регулирующий. Фундаментальный блок представляет собой основу построения механизма и включает субъект, объект и принципы функционирования залогового механизма. Организационный блок формирует сам процесс организации залогового механизма: залоговая политика, процесс подготовки залогового договора, порядок и методы оценки залога, порядок хранения залога, процесс заключения договора залога, метод учета залога и порядок взыскания залога. Регулирующий блок залогового механизма выстраивает и включает: государственное регулирование кредитной деятельности, банковское законодательство, нормативные положения Центрального банка Российской Федерации, инструктивные материалы. Залог, являясь правовой категорией, закреплён законодательно Гражданским кодексом Российской Федерации, законом РФ от 29.05.1992 г. № 2872-1 "О залоге", Федеральным законом «Об ипотеке (залоге недвижимости)» от 16.07.1998 г. №102-ФЗ и иными нормативными правовыми актами. С помощью него регулируются общественные отношения между залогодателем и кредитором, т.е. субъектами. Правовой аспект залогового механизма является важнейшим его элементом.

Совокупные доходы коммерческого банка отражают результаты деятельности за отчетный финансовый период и являются положительным накопленным (кумулятивным) результатом [6]. При этом часть доходов банка направляется на создание резервов для покрытия имеющихся рисков. На сегодняшний день твердый залог используется банками в меньшей степени, так как хранение требует определенных условий и сроков. В связи с чем, наиболее распространенным видом залога является залог без передачи имущества залогодержателю. Разновидностью данной формы залога является залог товаров или запасов продукции в числе оборотных активов и имеет высокую ликвидность.

Деньги, выраженные в национальной валюте, которые являются законным платежным средством в России, не могут выступать в качестве предмета залога, поскольку требования залогодержателя подлежат удовлетворению за счет денежных сумм, вырученных от реализации предмета залога. Безусловно, это связано с колебаниями стоимости национальной валюты, вызванной инфляцией и другими факторами. В тоже время иностранная валюта может выступать предметом залога, так

как может быть реализована. Однако ценность теряют не только деньги, но и активы [3]. С каждым днем все более остро встает проблема обесценения залогового обеспечения и снижения ликвидности залога в период действия кредитного договора.

После определения предмета залога, необходимо оценить его ликвидность. Ликвидность – это способность трансформировать что-то в деньги. Залоги различаются кредиторами по степени ликвидности: у каждого банка есть своя политика в части отнесения активов к ликвидным/неликвидным, а также выдачи кредитов под различные виды залогов [9]. Однако условно можно разделить залоги на три группы по степени ликвидности:

Высоколиквидные: ценные бумаги государств, имеющих инвестиционный рейтинг не ниже "BBB" по классификации рейтингового агентства S&P (Standard&Poor's) или рейтинг не ниже аналогичного по классификациям "FitchRatings", "Moody's", а также ценные бумаги центральных банков этих государств; облигации Банка России; ценные бумаги и векселя, эмитированные Министерством финансов Российской Федерации; котируемые ценные бумаги, эмитированные юридическими лицами, имеющими инвестиционный рейтинг не ниже "BBB" рейтингового агентства S&P (Standard&Poor's) или рейтинг не ниже аналогичного по классификациям "FitchRatings", "Moody's"; собственные долговые ценные бумаги кредитной организации; недвижимое имущество; и др.

Среднеликвидные: залог ценных бумаг эмитентов ценных бумаг и паев паевых инвестиционных фондов, прошедших процедуру листинга и допущенных к обращению организатором торговли на рынке ценных бумаг Российской Федерации или стран, имеющих страновые оценки "0", "1"; залог имущественных прав (требований) на недвижимое имущество при наличии достаточных оснований считать, что соответствующие права могут быть реализованы в срок, не превышающий 180 календарных дней»; и др.

Низколиквидные – любое иное обеспечение, за исключением залога (заклада) имущества.

Вычисление залоговой стоимости предлагаемого обеспечения является важным критерием, как для заёмщика, так и для залогодавца. Залоговый механизм на первый взгляд представляет собой прозрачный процесс, однако это сложный механизм, который необходимо совершенствовать и регулировать. Отсутствие в Гражданском кодексе Российской Федерации чётких норм, позволяющих безвариативно определить механизм применения такого обеспечения исполнения обязательства, как договор прав по банковскому счёту. Это обусловлено тем, что до настоящего момента Центральный Банк России официально не вводит нормативные акты, которые регулировали бы режим залогового счёта, а также пока не даёт разъяснений, позволяющих лучше понять положения договора прав по банковскому счёту, способствующих формированию соответствующей практики.

Изменение и дальнейшее совершенствование залогового законодательства может стать значительным фактором развития залогового механизма, что позволит на более ранних этапах предотвращать угрозы финансовой состоятельности банков и снизить риски банковской сферы в целом.

***

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации (ГК РФ), Часть первая. N 51-ФЗ от 30.11.1994г.
2. Аненкова Л.А. Проблемы реализации залогового механизма на практике и пути совершенствования методологических инструментов работы с залогом// Вестник Краснодарского университета МВД России. 2012г. - №2(16)
3. Бабинов В.Г. Залоги: обесценение и ликвидность // Управленческий учет и финансы. 2019. № 1. С. 58-66.
4. Банковское дело: учебник / О. И. Лаврушин, И.Д. Мамонова, Н.И. Валенцева, под ред. засл. деят. Наук РФ, д-ра экон. Наук, проф. О.И. Лаврушина. – 8 –е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2017. – 768 с.

5. Марамигин М.С., Терешкин М.Л. Залог как способ снижения кредитного риска // Фундаментальные исследования. 2016. № 9-1. С. 151-155.
6. Марамигин М.С., Шатковская Е.Г. Организация деятельности коммерческого банка. Москва, 2013.
7. Маркелова К. С. Проблемы правового регулирования залога как способа обеспечения исполнения обязательств // Молодой ученый. 2018. №38. С. 133-135.
8. Философский энциклопедический словарь /Ред. Сост. Е.Ф. Губский, Г.В. Кораблева, В.А. Лутченков.- М.:Инфра-М, 2017. 576с.
9. Shkurkin D.V., Telesh A.D., Kravchenko A.G., Kyshkynbai B.B., Yarullin R.R. Mortgage lending in the region: current state and development prospects //International Journal of Applied Business and Economic Research. 2017. T. 15. № 23. С. 13-24.
10. Yamova O.V., Maramygin M.S., Sobina N.V., Sharova I.V., Nesterenko J.N. Integral valuation of an enterprise's competitiveness in the industrial economy // European Research Studies Journal. 2018. T. 21. № 4. С. 777-787.
11. Yuzvovich L., Knyazeva E., Mokeyeva N., Avramenko E., Maramygin M. Impact of financial globalization on banking risks //American Journal of Applied Sciences. 2016. T. 13. № 4. С. 391-399.

Амурская О.И.

Социально-психологические особенности рекламы в Internet

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина
(Россия, Рязань)*

doi: 10.18411/lj-08-2019-57

idsp: ljjournal-08-2019-57

Аннотация

Статья затрагивает вопросы распространения рекламы в Интернет, а также социально-психологические особенности рекламирования с использованием данного канала.

Ключевые слова: реклама, связи с общественностью, инструменты рекламы, событийный маркетинг.

Abstract

The Article deals with the distribution of advertising on the Internet, as well as socio-psychological features of advertising using this channel to promote various groups of goods and services.

Keywords: advertising, public relations, social and psychological features, advertising on the Internet.

Интернет-реклама (Internet Advertising) включает в себя различные рекламные материалы, размещаемые в сети Интернет. Рынок интернет-рекламы в России начал формироваться в середине 1990-х годов, однако до начала XXI века Интернет не рассматривался рекламодателями как приоритетная рекламная платформа, хотя некоторые из них уже тогда осуществляли интернет-поддержку для рекламы своих товаров и услуг. Тем не менее, быстрое развитие Всемирной паутины и некоторые особенности интернет-рекламы привели к тому, что политика рекламодателей в отношении использования возможностей Глобальной Сети изменилась. С середины 2000-х годов он становится одним из основных каналов информационного воздействия на потребителей. Это связано со следующими факторами: постоянным и устойчивым ростом числа пользователей и времени их нахождения в сети; развитием технологий беспроводной связи, мобильных устройств и мобильного Интернета; развитием интернет-экономики и, прежде всего, широким распространением интернет-торговли; развитием технических платформ управления интернет-рекламой и систем аналитики, позволяющих оперативно и точно измерять эффективность интернет-рекламы. Социально-психологические свойства потребительских предпочтений определяются как их характеристики, опосредованные лично и социально, и проявляются в мнениях и