

Оценка залога в виде товаров в обороте

Товары в обороте – товарные запасы, сырье, материалы, полуфабрикаты, готовая продукция и т. п.

Товары в обороте могут быть предметом договора о залоге (статья 357 ГК РФ, статья 3 Закона РФ «О залоге» от 29.05.1992 № 2872-1).

При данном виде залога залогодатель не ограничен в проведении обычных коммерческих операций, он может продавать и закупать товары. То есть товары остаются, у залогодателя и ему предоставляется право изменять состав и натуральную форму заложенного имущества (товарных запасов, сырья, готовой продукции и тому подобного). Залогодателю важно соблюдать лишь условие: общая стоимость товаров обязана соответствовать цене, предусмотренной договором о залоге, а их ликвидность не должна изменяться.

При реализации товаров они перестают быть предметом залога с момента перехода права собственности или иного вещного права к приобретателю товара. Приобретенные залогодателем товары становятся предметом залога с момента возникновения права на них.

Особенностью залога товаров в обороте является то, что в отличие от других видов залога, при залоге товаров в обороте залоговые обременения не следуют за имуществом в случае его продажи.

При оценке товаров в обороте в качестве залога любой банк, прежде всего, будет интересоваться сама возможность (техническая, экономическая, организационная) компании-залогодателя обеспечить основное условие такого залога — поддержание неснижаемого товарного остатка на складе. Главное условие залога товаров в обороте состоит в том, что общая стоимость товаров данного вида, составляющих предмет залога, не должна уменьшаться. Уменьшение стоимости заложенных товаров в обороте допускается соразмерно исполненной части обеспеченного залогом обязательства, если иное не предусмотрено договором.

Ключевым моментом при оценке подобных объектов для цели залога является анализ ликвидности. Под анализом ликвидности следует понимать исследование стороны спроса в данном сегменте рынка.

Ликвидность готовой продукции может быть подтверждена:

- анализом конъюнктуры рынка аналогичных товаров;
- динамикой роста спроса и предложения;
- динамикой объемов продаж в количественном и стоимостном выражении.