УДК 336.717.061.2

Студ. Павлова О.И.,
доц. Дём О.Д.

ПРОБЛЕМА УВЕЛИЧЕНИЯ РЕСУРСНОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ И ПУТИ ЕЁ РЕШЕНИЯ

Привлеченные ресурсы могут покрывать до 90% всей потребности банков в денежных ресурсах. Основная их часть формируется банками на депозитной основе. Однако в период мирового экономического кризиса наблюдается отток денежных средств из банков, это связано с недоверием субъектов хозяйствования банковской системе. Поэтому проводится политика ужесточения требований к банкам в отношении структуры их активов, показателей ликвидности, размера собственного капитала и т. п. В РБ активно проводится процентная политика, так в январе 2009 г. ставка по новым срочным депозитам в рублях сложилась на уровне 16,7 процента годовых, увеличившись по сравнению с декабрем 2008 г. на 1,5 процентного пункта. В то же время Национальный банк с 1 января 2009 г. повышает требования к минимальному размеру собственного капитала банков, привлекающих вклады граждан. Минимальный размер нормативного капитала банков, претендующих на получение права по привлечению во вклады денежных средств физических лиц, составляет 25 млн. евро. Эта мера является гарантией возврата вкладов, кроме того независимыми источниками проводился опрос граждан по поводу условий, которые будут способствовать открытию депозитных вкладов. Более 50% опрошенных ответили, что таким условием является гарантия государства. В связи с этим был принят декрет президента № 22, в соответствии с которым «государство гарантирует полную сохранность денежных средств, размещенных на счетах и во вклады в банках Республики Беларусь, и возмещение 100% суммы этих средств в случае решения об отзыве лицензии на осуществление банковской деятельности».

УДК 339.371.5

Студ.: Падеус М.В.,
Синицына А.В.,
Назарова О.В.,
асс. Стасеня Т.П.

ЭЛЕКТРОННЫЕ ТОРГОВЫЕ ПЛОЩАДКИ

Возрастающие объемы коммерции системы "бизнес – бизнес” (B2B) приводят к возникновению электронных торговых площадок, представляющих виртуальное рыночное пространство.

Возникновение тех или иных видов торговых площадок зависит от степени влияния покупателей и продавцов в данной области промышленности, с учетом этого выделяют три вида электронных торговых площадок: площадки, создаваемые покупателями; площадки, создаваемые продавцами; торговые площадки, созданные третьей стороной.

Экономическая основа функционирования электронных торговых площадок – плата за каждую сделку (транзакцию), т.е. комиссионный сбор.