УДК 347.734

Студ. Салашенко Ю.И.,
доц. Дем О.Д.
УО «ВГТУ»

ОЦЕНКА ОПЕРАЦИОННОГО РИСКА НА ПРИМЕРЕ ВЕДУЩИХ БАНКОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

При осуществлении надзора за платежной системой особое внимание уделяется операционному риску, так как его наиболее сложно выявить и оценить. Предлагается использовать метод экспертных оценок для определения операционного риска для пяти ведущих банков Республики Беларусь. Для этого определяются все возможные факторы риска, коэффициент значимости и зависимости, рассчитываются поправочные коэффициенты и применяется шкала оценки.

Оцениваемые внутрибанковские системы не попадают в зону высокого риска. Наиболее высокий, но находящийся в зоне нормального значения, уровень операционного риска отмечен в ОАО «Белагропромбанк», автоматизированная банковская система которого относится к категории «системно значимая» (система, нарушение функционирования которой может вызвать и распространить системный сбой). Также в зоне нормального значения находится уровень операционного риска ОАО «АСБ Беларусбанк» (категория «системно значимая»). Внутрибанковские системы ОАО «БПСБанк», ОАО «Приорбанк», ОАО «Белинвестбанк» (категория «потенциально значимая» система, которая может привести к нарушению функционирования системно значимой системы или вызвать сбой в платежной системе в целом) располагаются в зоне низкого риска.

После проведения анализа и оценки операционного риска банкам рекомендовалось следующее:

1. Совершенствовать мероприятия по обеспечению непрерывной работы и восстановлению работоспособности, не снижая качества их проведения.
2. Рассмотреть возможность создания резервных площадок для проведения платежей при возникновении нештатных (чрезвычайных) ситуаций.

УДК 339.13

Студ. Богданович А.Л.,
ст. преп. Жучкевич О.Н.
УО «ВГТУ»

ОЦЕНКА ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА ЧЕРЕЗ ПОТЕНЦИАЛ МАГАЗИНОВ

Оценка потенциала продаж актуальна для субъектов рынка, имеющих разветвленную сбытовую сеть и наращивающих объемы деятельности. Ее отсутствие ведет к снижению эффективности деятельности предприятия в силу необоснованного формирования планов продаж по отдельным торговым объектам, поэтому в исследовании определена целесообразность анализа потенциала продаж по магазинам с учетом значимости внутренних и внешних факторов, прямо или косвенно влияющих на объем и динамику сбыта продукции. Разработанная методика апробирована на примере фирменной торговли ОАО