

Для безопасного использования интернет-банкинга предусмотрены следующие способы защиты: блокирование входа в систему на 2 часа при трехкратном неправильном введении пароля; осуществление автоматического завершения работы в системе при отсутствии каких-либо действий со стороны пользователя более 10 минут; возможность активации услуги Verified by Visa/MasterCard SecureCode, которая предполагает введение четырехзначного числового кода для подтверждения совершения оплаты; осуществление соединения в защищенном режиме SSL/TLS, который гарантирует защиту информации о счете клиента от несанкционированного доступа.

Исходя из сказанного очевидно, что система Интернет-банкинг является достаточно удобным инструментом, позволяющим без личного обращения в банк совершать разносторонние операции, а именно: управлять средствами своего счета, проводить всевозможные платежи, осуществлять всесторонний контроль за движением денежных средств и др., при этом от клиента для совершения операций требуется иметь лишь доступ к сети Интернет.

Особенности осуществления денежно-кредитной политики США на современном этапе

*Иванец А. С., студ. II к. БГЭУ,
науч. рук. Рабыко И. Н., канд. эк. наук, доц.*

Денежно-кредитная политика служит важнейшим инструментом целенаправленного вмешательства государства в экономику страны с целью регулирования экономического роста, сдерживания инфляции, обеспечения занятости и выравнивания платежного баланса.

В последние годы монетарная политика, проводимая Федеральной резервной системой, не справляется с возложенными на нее обязанностями: не может обеспечить в должной мере экономический рост в стране, снизить уровень безработицы. Исходя из всего изложенного, можно уверенно говорить об актуальности данной темы.

Банковская система США сформировалась под воздействием Закона о Федеральной резервной системе 1913 г. (Federal Reserve Act) и принятого в 1980 г. Закона о дерегулировании депозитных учреждений и монетарном контроле (DIDMCA). Закон о Федеральной резервной системе основал институт центрального банка – Федеральную резервную систему (далее ФРС). ФРС состоит из рабочих органов трех уровней: Совет управляющих; 12 федеральных резервных банков; около 6 тыс. банков-членов ФРС.

Цели монетарной политики ФРС закреплены законодательно: поддержание такой максимально возможной занятости, которая бы не угрожала устойчивости экономического роста и борьбе с инфляцией.

ФРС имеет три главных инструмента управления объемом находящихся в обороте денег и предложением кредитов в экономике.

1. Операции на открытом рынке и ставка по федеральным фондам. Целью проведения операций на открытом рынке является поддержание уровня ставки по федеральным фондам (federal funds rate – FFR). FFR является основным ориентиром для установления ставки процента на рынке межбанковских кредитов (эффективной ставки федеральных фондов). ФРС пытается привести величину эффективной ставки к целевому значению путем осуществления операций на открытом рынке. С 16 декабря 2008 г. FFR находится на рекордно низком уровне в 0,0–0,25%. Таким образом, у ФРС нет возможности ее снижать для достижения своих целей, что создает в экономике ситуацию, близкую к ловушке ликвидности.

2. Регулирование величины учетной (дисконтной) ставки и политика дисконтного окна. Дисконтная ставка – это процентная ставка, под которую ФРС выдает кредиты для поддержания ликвидности банков. Существуют три вида кредита, которые предполагают использование трех разных видов ставки: первичные, вторичные и сезонные кредиты. С 19 февраля 2009 г. ставки по первичным и вторичным кредитам остаются неизменными: 0,75% и 1,25% соответственно. Стоит отметить большое количество колебаний ставки по сезонным кредитам, своего минимального значения 0,15% она достигала в ноябре 2009 г. и апреле 2011 г. С 9 февраля 2012 г. данная ставка была установлена на уровне 0,20%.

3. Изменение норм обязательных резервов (НОР). Схема формирования обязательных резервов имеет вид: при пассивах на сумму до 11,5 млн долл. США НОР не устанавливается; при пассивах на сумму от 11,5 до 71,0 млн долл. США НОР составляет 3%; если сумма превышает 71,0 млн долл. США, то НОР – 10%. Отметим, что с октября 2008 г. федеральные резервные банки платят процент по обязательным и избыточным резервам, что является своеобразным инструментом для проведения стимулирующей монетарной политики.

Мировой финансовый кризис выявил недостатки монетарной политики многих стран, в том числе и США, было обнаружено, что центральные банки развитых стран не имеют в рамках ДКП достаточного эффективного инструментария для борьбы с ним.

В данных условиях ФРС ввела новые инструменты воздействия на денежно-кредитную сферу. Одним из них является программа количественного смягчения (QE), которая используется в случае, когда процентная ставка настолько низка, что оперировать ею для повышения денежной массы нет

возможности. Отрицательным последствием программы является возможная сильнейшая инфляция, которая может возникнуть в процессе восстановления экономики страны. Первый раунд количественного смягчения QE1 проводился в 2008 г. и был направлен на оказание поддержки предприятиям США, которые, в свою очередь, смогут организовать новые рабочие места; однако мера себя не оправдала. На осуществление QE2 ФРС была вынуждена пойти в середине 2010 г. из-за замедления темпов роста экономики и ухудшения ситуации на рынках труда и недвижимости. Основной целью QE2 была борьба с дефляцией, и эта цель реализована.

Еще одним из нетрадиционных инструментов монетарной политики ФРС выступает операция «Твист», которая является попыткой осуществить то, на что была направлена программа QE, при этом не печатая больше денег и без расширения баланса ФРС.

Таким образом, монетарная политика США является неотъемлемой составляющей макроэкономической политики данной страны. Однако на данный момент традиционные инструменты ДКП уже неспособны в полной мере способствовать выполнению поставленных целей: стимулирование экономического роста и снижение уровня безработицы, что вынуждает ФРС вводить такие программы, как количественное смягчение (QE1, QE2) и «Твист».

Поставщики музея: понятие и особенности в музейном маркетинге

*Карелина Н. В., асп. БГЭУ,
науч. рук. проф. Голубев К. И., д-р эк. наук*

Поставщики являются важной частью микросреды любого предприятия или учреждения, в том числе и музея. Однако стандартное определение поставщика (любое юридическое или физическое лицо, поставляющее товары заказчику), на первый взгляд, мало связано с организацией культурной сферы. Тем не менее, в музейном деле можно выделить несколько типов поставщиков, требующих разных подходов в рамках маркетинговой деятельности.

1. Поставщики товаров в музейный магазин и музейное кафе.

Продукция поставщиков занимает особое место в сувенирных рядах, представленных музейным магазином. Взаимодействие с этим типом поставщиков мало чем отличается от стандартной схемы «предприятие – поставщик». Как и во многих организациях, у музеев могут существовать специальные партнерские программы для предприятий, занимающихся выпуском сувенирной продукции, и мастеров художественного промысла. На-