

3) невысокая стоимость входа.

Список использованных источников:

1. Маркетинг на Facebook [Электронный ресурс] / facebook.com, Режим доступа: <https://www.facebook.com/business/marketing/facebook> – Дата доступа: 23.03.2019.
2. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2017. – 197с.
3. Аукцион рекламы [Электронный ресурс] / facebook.com, Режим доступа: <https://www.facebook.com/business/help/163066663757985> – Дата доступа: 23.03.2019.

АМЕРИКАНСКИЙ ДОЛЛАР – МИРОВАЯ ВАЛЮТА

Поправко Д.Д.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Наганова Т.Е. – старший преподаватель

В докладе рассматриваются основные этапы становления доллара США в качестве мировой резервной валюты. Кроме того, подчеркивается, что на современном этапе обеспечение стабильности доллара было достигнуто благодаря введению правительством США системы нефтедолларов, которая привела к увеличению спроса на валюту и облигации США.

На сегодняшний день доллар США является одним из самых узнаваемых денежных знаков в мире. Граждане разных стран, независимо от уровня их доходов и социального статуса, предпочитают хранить свои сбережения именно в этой валюте. Большинство стран соглашаются, что вести бизнес в одной главной валюте проще и удобнее, и как результат от 40 до 60 % всех международных финансовых операций проводятся в долларах США. На протяжении многих десятилетий доллар является основной мировой резервной валютой (по данным на 1996 г. в долларах хранилось две трети всех валютных резервов центробанков); почти в 60% стран, на долю которых приходится 76% мирового ВВП, валютный режим так или иначе связан с американским долларом [1]. В связи с вышесказанным возникает вопрос, каким образом именно американский доллар стал главной мировой резервной валютой?

Начиная с середины 19 века и вплоть до окончания Второй мировой войны основной мировой валютой считался английский фунт стерлингов. Причиной такого положения дел было большое количество расположенных по всему миру английских колоний, в которых использовался английский фунт. Однако к середине 40-х годов 20 века ситуация изменилась и мировые экономические условия стали диктовать Соединённые Штаты Америки, в распоряжении которых к тому времени находилось более половины мирового запаса золота – 574 миллиона унций (более 16 тысяч тонн) [2, с. 18]. Это произошло, в том числе, благодаря тому, что американские заводы и верфи были главными производителями военных товаров, за которые расплачивались именно золотом.

В июле 1944 года 730 делегатов из 44 стран антигитлеровской коалиции приняли участие в Валютно-финансовой конференции организации Объединенных наций, которая проходила в Бреттон-Вудсе, США. Целью конференции было урегулирование международных валютных и финансовых отношений по окончании Второй мировой войны. По итогам работы конференции было принято так называемое «Бреттон-Вудское» соглашение, по которому США обязались конвертировать доллары в золото по фиксированной ставке – 35 долларов за одну тройскую унцию (31,1035 г), а центральные банки всех стран должны были поддерживать стабильный курс национальной валюты по отношению к доллару США [3]. Иными словами, доллар США был избран в качестве мировой резервной валюты. Кроме того, был создан международный валютный фонд (МВФ), в задачи которого входил контроль и распределение финансов в мировых масштабах, выдача кредитов, в том числе на покрытие дефицита бюджета стран, которые находились в критическом положении. Также был создан Всемирный банк, который финансировал проекты в развивающихся странах, начиная от инфраструктурных (например, постройка железных дорог и автомагистралей) и заканчивая социальными (финансирование образовательных программ и медицинских исследований).

На момент принятия «Бреттон-Вудского» соглашения надежность американской валюты была очевидной. Европейские страны были сильно ослаблены двумя мировыми войнами: их армии понесли существенные потери, а экономика и сельское хозяйство находились в критическом состоянии, тогда как Соединённые Штаты значительно укрепили свою экономику, продавая оружие и продовольствие. Развитие и процветание экономики США продолжилось и после Второй мировой войны, так как, во-первых, опустошённая войной Европа была заинтересована в приобретении американских товаров, а во-вторых, в 1950-60-е годы рынки сбыта продукции США были расширены за счет бывших колоний стран Европы. Таким образом, «Бреттон-

Вудская» система оказалась оправданной: была обеспечена стабильная цена валюты и высокая устойчивость денежного обращения; система гарантировала также защиту от инфляции.

Со временем положение дел начало меняться. На фоне восстановления экономики стран Европы и Японии, экономический рост США замедлялся, конкуренция в торговле продолжала увеличиваться и доминирование США уже не было столь очевидным. Изматывающее противостояние с СССР и вьетнамская война также не способствовали укреплению экономики США. В итоге доля Америки в мировом ВВП была сокращена с 35% до 27%, а золотой запас сократился вдвое [2]. В результате страны-участницы «Бреттон-Вудского» соглашения начали конвертировать доллары в золото. Так, в 1965 году президент Франции, Шарль-де-Голль, потребовал от Вашингтона обменять доллары на золото. Во Франции на тот момент находилось около полутора миллиардов долларов. В случае невыполнения условий соглашения Шарль-де-Голль грозил выходом из НАТО и требовал вывода американских военных баз с территории Франции. Позже Япония, Канада и Германия также потребовали обменять доллары на золото. Такая тенденция привела к ряду правительственных решений администрации США, повлекших за собой отказ от золотого резерва. В частности, 20 марта 1968 года президент США Линдон Джонсон, подписал закон, отменявший требование к банкам Федеральной резервной системы хранить в золоте 25 % стоимости находящейся в обращении американской валюты. Администрация президента также заявила, что имеющееся золото будет доступно для продажи странам, желающим его приобрести. Американские экономисты рассчитывали на то, что стабильность доллара зависит не от навязанного законом 25-процентного золотого резерва, а от мощности и стабильности экономики США, которая в свою очередь сможет обеспечить сохранение доллара в качестве средства осуществления международных расчётов.

Спустя три года США пошли на ещё более радикальный шаг. 15 августа 1971 года президент США, Ричард Никсон, объявил о новой экономической политике, заявив, что США прекращают обмен долларов на золото. Таким образом, США в одностороннем порядке закрепили отказ от «Бреттон-Вудского» соглашения. Это событие получило название «никсоновский шок» и привело к тому, что золото исчезло из международных расчётов, а доллар так и остался мировой резервной валютой. В результате принятых решений Федеральная резервная система получила возможность печатать и выпускать на мировой рынок фиатные, то есть ничем не обеспеченные, деньги в неограниченном количестве, которые затем могли обмениваться на реальные ресурсы: человеческий труд, иностранные товары, сырьё и т.п.

Каким же образом правительству США удалось убедить другие страны в том, что доллар – это реальная валюта? Правительство США ввели систему нефтедолларов, т.е. долларов, полученных от продажи нефти. В 1974 году Соединённые Штаты в лице госсекретаря Генри Киссинджера провели ряд встреч с королевской семьёй Саудовской Аравии и достигли определённых договорённостей, в соответствии с которыми Соединённые Штаты должны были покупать нефть в Саудовской Аравии, а также снабжать их оружием и необходимым оборудованием. Взамен Америка получила обязательство Саудитов продавать нефть только за доллары США, а излишки от нефтедоходов инвестировать в экономику США. Эта сделка выглядела крайне привлекательно для Саудовской Аравии, так как нужно было всего лишь отказаться от других иностранных валют и продавать нефть только за американские доллары. В итоге большинство стран, добывающих нефть, захотели присоединиться к этому соглашению. И уже к 1975 году все страны – экспортеры нефти (участницы ОПЕК) стали продавать нефть исключительно за американские доллары, а излишки от продажи нефти направлять в американскую экономику, инвестируя в облигации.

Подытоживая вышесказанное отметим, что введенная США система нефтедолларов привела к целому ряду положительных результатов. Во-первых, благодаря тому, что нефть, в отличие от золота, использовалась в различных сферах жизнедеятельности человека, а для её приобретения страны нуждались в американских долларах, было обеспечено увеличение спроса на американскую валюту. Система нефтедолларов обеспечивала также высокий спрос на облигации США, и, что немаловажно, США получили возможность покупать нефть за валюту, которую сами же и печатали.

Со временем данная система разрослась на весь мир и вызвала ажиотажный спрос на американские доллары. В результате США получили возможность печатать неограниченное количество бумажных денег и использовать их для покрытия внутреннего дефицита бюджета. Кроме того, в соответствии с соглашением всё больше и больше стран инвестировали в госдолг США в виде облигаций, то есть облигации США оказались наиболее «безрисковыми» активами, так как Америка ни разу не просрочила платежи и ни разу не объявляла дефолт, в то время как надежная и стабильная Германия имела 8 дефолтов начиная с 1800 года.

В заключение укажем, что в последние десятилетия основную конкуренцию доллару США составляют евро и юань, постепенно смещая его с позиций мирового лидера. Представители

многих государств все чаще поднимают вопрос о необходимости дедолларизации, тем не менее, доллар США продолжает оставаться самой популярной валютой в международных расчетах.

Список использованных источников:

1. Gilpin, R. The Nature of Political Economy / R. Gilpin // International political economy : state-market relations in the changing global order / ed. C. R. Goddard, P. Cronin, K. C. Dash. – 2nd ed. – Basingstoke : Palgrave Macmillan, 2003. – P. 9–24.
2. Green, T. Central Bank Gold Reserves: A historical perspective since 1845 [Электронный ресурс] // World Gold Council. – Режим доступа: <https://newworldeconomics.com/wp-content/uploads/2017/01/WGC-central-bank-gold-reserves.pdf>. – Дата доступа: 24.03.2019.
3. Катасонов, В. Ю. Бреттон-Вудс: ключевое событие новейшей финансовой истории / В. Ю. Катасонов. – М.: Кислород, 2014. – 352 с.

ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГЕ

Садовский А. И., Каверович Д. Г.

*Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники
г. Минск, Республика Беларусь*

Грицай А. В. – старший преподаватель

Ценообразование является определяющим фактором развития любого предприятия в условиях рыночной экономики. Не являются исключением и организации, работающие в сфере интернет-маркетинга и предоставляющие услуги по продвижению сайтов. В последнее время очень активно развивается рынок поисковой оптимизации, информации о seo-оптимизации становится все больше, поэтому целесообразно разобраться в специфике ценообразования в данной сфере.

Формирование цен на seo-услуги, для которых характерна сильная зависимость от подвещающих риску всю проведенную работу по оптимизации переменчивых требований поисковой системы, во многом зависят от индивидуальных особенностей сайта клиента, его исходных позиций, уровня конкуренции, наличия сложных ошибок, банов и т. д.

Популярной, но уже устаревшей по мнению специалистов моделью ценообразования является модель оплаты за позиции или оплаты по факту. Оплата осуществляется только после того, как сайт займет определенную позицию (например, входение в топ-5 или первая позиция в выдаче) по заранее оговоренному в договоре списку запросов. Данная модель ценообразования в настоящее время, несмотря на ее простоту и прозрачность (результат легко отслеживается и оплата только за запросы, которые оговорены в договоре), является не эффективной как для интернет-агентств, так и для организаций-заказчиков. Это объясняется тем, что выдача стала более персонализированной, без улучшения самого сайта первые места в выдаче из-за низкой конверсии на самом сайте не принесут результата, продвижение может осуществляться по пустым неконкурентным запросам, оговоренным в договоре.

Еще одна популярная модель ценообразования, которую используют интернет-агентства, – модель оплаты за трафик (за переходы). Согласно данной модели плата устанавливается за каждого пришедшего на сайт пользователя. Очевидно, что основным преимуществом для заказчика является оплата только за переходы, которые он получает. Однако из-за присущих данной модели недостатков, к которым можно отнести: высокий риск накрутки со стороны недобросовестных исполнителей, сложность в прогнозировании бюджета; низкое качество трафика, данный метод сложно назвать оптимальным.

Результаты исследования используемых интернет-агентствами методов ценообразования на SEO-услуги свидетельствуют о том, что самым популярным методом является метод «фиксированной абонентской платы». Необходимо отметить, что данный метод целесообразно использоваться для организаций-заказчиков со строгим планированием расходов бюджета и времени (интернет-магазины), малого бизнеса с ограниченными инструментами для привлечения поискового трафика (сайт для продажи фонов в Инстаграме), занимающих лидирующие позиции в поисковой выдаче и нуждающихся только в поддержании результата (сайт – лидер в поисковой выдаче). Преимуществами данного метода для организаций-заказчиков является возможность быстро решить вопросы со специалистами интернет-агентства, планировать бюджет на продвижение и оценить возврат инвестиций. К недостаткам можно отнести инерционность изменений, а также слабую мотивацию специалистов интернет-агентства к разработке новых нестандартных решений, не гибкость ценообразования. Для интернет-агентств данный метод гарантирует определенный уровень прибыли в течение длительного периода времени.