

**ЭКОНОМИЧЕСКОЕ
ОБОСНОВАНИЕ
ПРОЕКТНЫХ
РЕШЕНИЙ**

**Проектные решения –
решения, связанные с
реализацией проектов**

**Проект – комплексное,
не повторяющееся
(уникальное),
одномоментное
мероприятие,
ограниченное по
ресурсам, отвечающее
требованиям конкретного
заказчика (заказчиков)**

Ключевые характеристики проекта:

- Наличие цели (целей)
- Определенная продолжительность выполнения (есть точка начала и точка окончания)
- Взаимодействие различных, в том числе независимых друг от друга, участников
- Относительная новизна (инновационность)
- Наличие специфических требований к результатам (время, затраты, качество и т.п.)

Цели проектов:

- Экономические
- Производственные
- Организационные
- Социальные
- Политические
- Имиджевые ...

Экономика – совокупность отношений, складывающихся в системе производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг.

Экономическое обоснование – один из ВОЗМОЖНЫХ ответов на вопрос:

ЗАЧЕМ?

- возможность получения дополнительного дохода
- экономия, сокращение издержек
- повышение стоимости компании

Управление проектом - область деятельности, связанная с определением и обеспечением достижения целей проекта с учетом необходимых объёмом работ, имеющихся ресурсов, требуемого качества и возможных рисков.

Необходимо помнить о:

- ключевых целях проекта; экономической эффективности (политической целесообразности);
- внешней среде (окружении) проекта , в т.ч. всех заинтересованных (вовлечённых) сторонах;
- ресурсах (имеющихся, требуемых, доступных);
- методологии (типы проектов; принципы управления; процессы управления проектами; функции управления проектами; модели управления проектами;

Принципы проектного управления

- Принцип дифференцированного подхода - следует учитывать и использовать разнообразные стороны проектной инфраструктуры.
- Принцип экономической целесообразности.
- Принцип гибкости - оперативное и гибкое реагирование команды на все вызовы и изменения внутренней и внешней ситуации по отношению к проекту.
- Принцип разделения полномочий, в т.ч. персональной ответственности
- Принцип открытости – возможности совершенствования стандартов
- Принцип best practices – использование передового опыта

Классификация проектов

КЛАССИФИКАЦИОННЫЕ ПРИЗНАКИ	ВИД ПРОЕКТА	ХАРАКТЕРИСТИКА
По главной цели реализации	Коммерческие	Цель – получение прибыли
	Некоммерческие	Цель – достижение социального эффекта
По характеру изменений	Оперативные	Проекты, связанные с текущей деятельностью предприятия
	Стратегические	Проекты, влияющие на концептуальное развитие предприятия

По степени сложности (по классу)	Монопроекты	Отдельные проекты определенного вида
	Мультипроекты	Комплексные проекты, состоящие из ряда монопроектов и требующие многогранного проектного управления
	Мегапроекты	Целевые программы развития регионов, отраслей, включающие ряд моно- и мультипроектов
По составу и структуре привлеченных организаций	Однофункциональные	Проекты с участниками одной функциональной направленности
	Многофункциональные	Проекты с расширенным составом участников многофункциональной направленности
По требованиям к качеству проекта	Стандартные	Проекты со стандартными требованиями к качеству проекта
	Модульные	Повышенные требования к качеству в рамках конкретного блока (модуля) и соблюдение соответствия нормам качества по другим объектам проекта
	Бездефектные	Проекты с чрезвычайными (повышенными) требованиями к качеству

По масштабу (размеру)	Малые	Небольшие по размеру, простые проекты с ограниченными ресурсными возможностями
	Средние	Стратегические проекты предприятия, региональные проекты
	Значительные	Многофункциональные проекты регионального или национального масштаба, мультипроекты
	Сверхзначительные	Целевые программы, состоящие из нескольких взаимосвязанных проектов, объединенных единой целью, ресурсами и временем
По длительности (срокам реализации)	Краткосрочные	Оперативные проекты предприятия
	Среднесрочные	Стратегические проекты предприятия, региональные проекты
	Долгосрочные	Мегапроекты различной направленности

По отраслевой принадлежности

Промышленные

Проекты, связанные с введением в эксплуатацию промышленного объекта

Строительные

Проекты строительства зданий и сооружений промышленного, жилищного, социально-культурного назначения

Транспортные

Проекты, связанные с созданием, покупкой, обслуживанием транспортных средств, расширением транспортной инфраструктуры

В сфере образования

Проекты, связанные с комплексом предоставления образовательных услуг, включая профессиональное обучение и переквалификацию персонала

В сфере торговли

Проекты, связанные с созданием и функционированием торговой инфраструктуры

Комплексные

Наиболее распространенная группа проектов, учитывающих комплекс мероприятий различной отраслевой направленности

По специфике конечного продукта (по типу проекта, по основной сфере деятельности)	Экономические	Проекты, основная цель которых – достижение целевой (наибольшей) суммы прибыли; проекты макроэкономических преобразований
	Организационные	Проекты, связанные с созданием (реорганизацией) инфраструктурных элементов внешней или внутренней среды субъекта инвестирования
	Технические	Проекты, связанные с разработкой новых технологий, техническими усовершенствованиями, модернизацией и т.д.
	Социальные	Проекты, основная цель которых – достижение социального эффекта; проекты реформирования системы социальной защиты
	Смешанные	Проекты, направленные на достижение комплексного результата

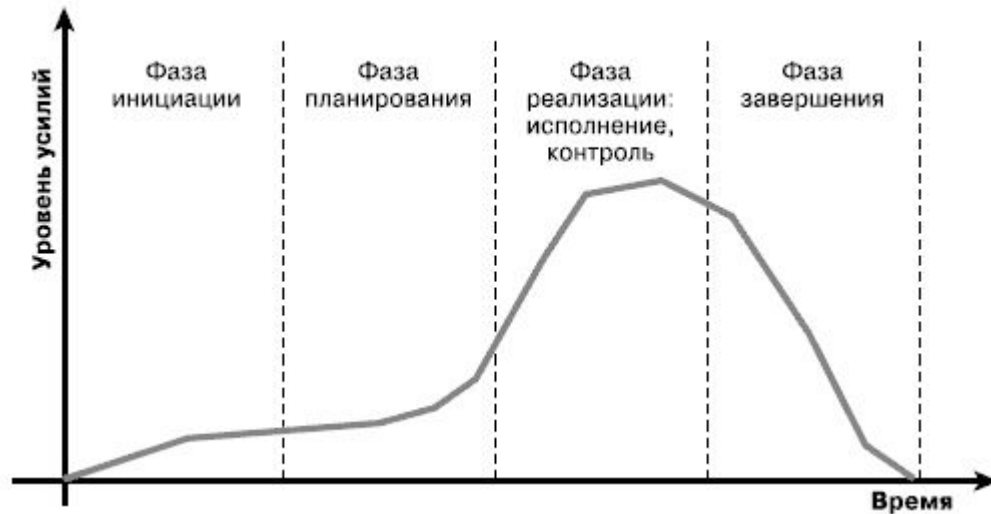
По функциональному направлению

Производственные	Проекты производственной направленности
Технологические	Проекты создания и усовершенствования технологий
Финансовые	Проекты, связанные с финансированием объектов, осуществлением разнообразных финансовых операций (кредитных, валютных и т.д.)
Исследования и развития	Проекты, связанные с проведением рыночных исследований с целью разработки направлений дальнейшего развития; научно-исследовательская деятельность
Маркетинговые	Проекты, связанные с внедрением маркетинговых мероприятий
По управлению персоналом	Проекты организационной направленности, связанные с созданием микроклимата и улучшением организационной структуры предприятия
Комбинированные	Проекты комплексной направленности, учитывающие на разных стадиях своего цикла перечисленные проекты

По характеру привлеченных сторон	Международные (совместные)	Проекты с привлечением международных организаций или иностранных участников
	Национальные, межрегиональные	Проекты, связанные с развитием национальной экономики
	Территориальные, региональные	Проекты региональной значимости
	Местные	Проекты развития местной экономики, ее отдельных субъектов
	Отраслевые	Проекты, охватывающие интересы одной отрасли
	Ведомственные	Проекты, осуществляемые в рамках одного ведомства
	Корпоративные	Проекты, направленные на достижение корпоративного эффекта
	Проекты одного предприятия	Разнообразные проекты, осуществляемые одним предприятием

По степени взаимного влияния	Взаимоисключающие (альтернативные)	Проекты, реализация которых нецелесообразна при принятии решения об осуществлении другого проекта, поскольку их прибыльность снижается до нуля
	Замещающие	Проекты, рентабельность одного из которых зависит от реализации другого, поскольку доходность первого снижается при принятии второго проекта
	Взаимодополняющие	Проекты, успешная реализация которых возможна при одновременном их осуществлении
	Независимые	Проекты, реализация или отказ от которых не влияют на прибыльность других проектов
	Синергетические	Проекты, увеличивающие прибыльность друг друга

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ПРОЕКТА



Фаза инициации	Фаза планирования	Фаза реализации	Фаза завершения (доставки)
Цели Задачи Ответственность Команды	Расписания (графики) Бюджеты Ресурсы Риски Персонал	Качество Текущая отчетность Прогнозы Изменения (корректировки)	Обучение заказчика Оформление документации Освобождение ресурсов Накопление опыта

**ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ
(ВНУТРЕННИЕ)
ФАКТОРЫ
РЕАЛИЗАЦИИ
ПРОЕКТА**

РЕСУРСЫ ПРОЕКТА

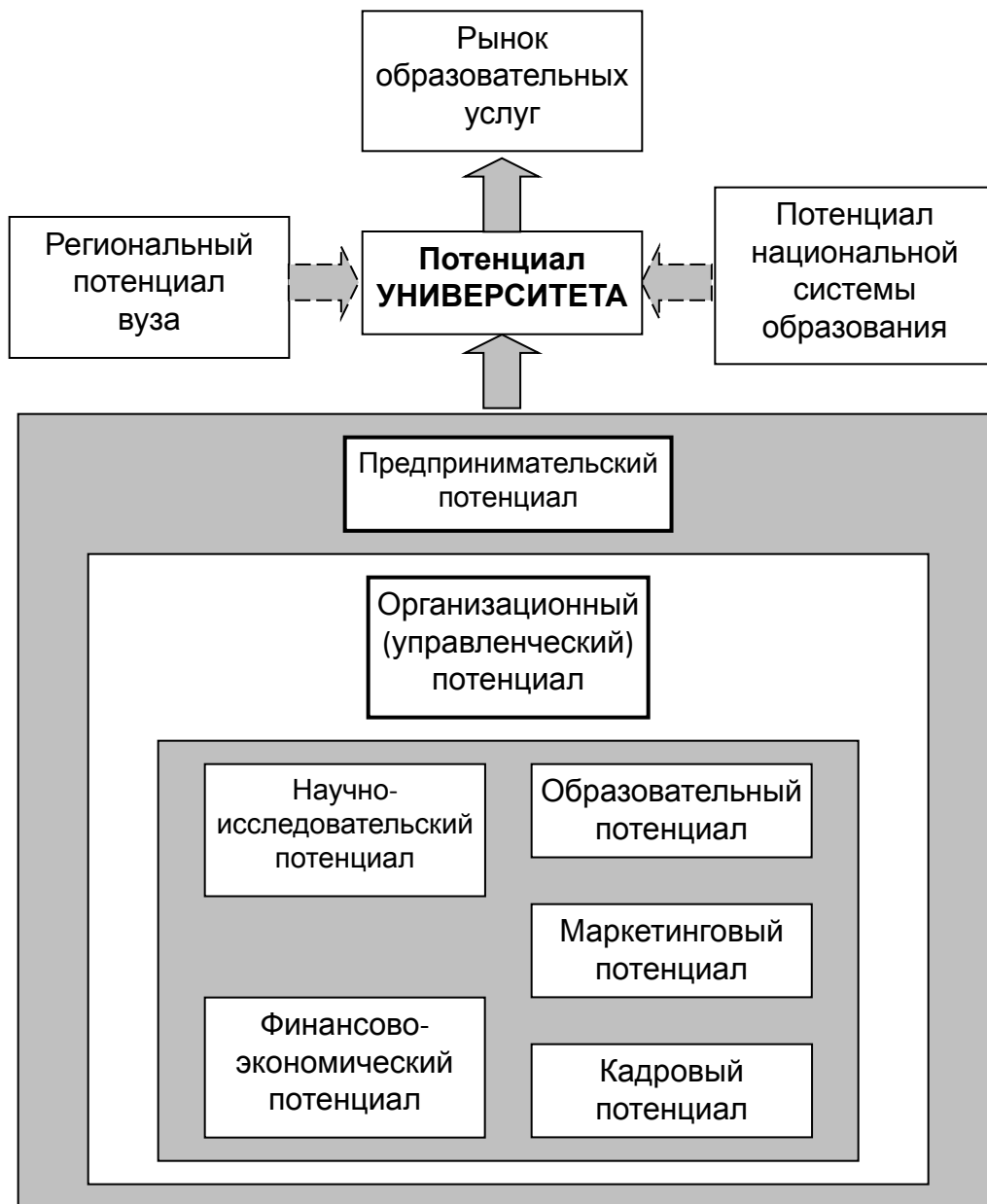
Ресурс – количественная или качественная мера возможности выполнения какой-либо деятельности; условия, позволяющие с помощью определённых преобразований получить желаемый результат.

Виды ресурсов:

- Производственные (средства производства)
- Финансовые (капитал)
- Материальные (сырье, комплектующие)
- Человеческие, в т.ч. руководитель организации
- Информационные
- Интеллектуальные (технологии)
- Организационные

Задачи:

- Наращивание, привлечение
- Распределение
- Экономия



**ПОТЕНЦИАЛ
ОРГАНИЗАЦИИ -**
совокупность
средств,
возможностей
организации
в какой-нибудь
области

Проектная организационная структура



ОСОБЕННОСТИ

- Временная структура, создаваемая для решения конкретной задачи

ПРЕИМУЩЕСТВА

- Высокая гибкость связей
- Сокращение численности управленческого персонала
- Возможность привлечения нужных специалистов (аутсорсинг)

НЕДОСТАТКИ

- Сложное взаимодействие между проектами
- Дробление ресурсов
- Высокие требования к руководителю проекта
- Затрудняет процесс развития организации как единого целого.

**ВНЕШНИЕ
ФАКТОРЫ
РЕАЛИЗАЦИИ
ПРОЕКТА**

ВНЕШНЯЯ СРЕДА ПРОЕКТА



ВНЕШНЯЯ СРЕДА ПРЯМОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

- факторы, которые непосредственно влияют на реализацию проекта и испытывают на себе прямое же влияние связанной с этим деятельности:

- потребители
- конкуренты (прямые, косвенные)
- поставщики (сырьё, материалы, капитал)
- посредники
- трудовые ресурсы
- государственное регулирование, органы власти
- отраслевые ассоциации и союзы
- акционеры

ПОТРЕБИТЕЛИ

The customer is always right

1. Дж. Гэлбрейт – Новое индустриальное общество (1967)



Эффект масштаба связан с изменением стоимости единицы продукции в зависимости от объёмов её производства.

Рассматривается и достигается в долгосрочном периоде.

Снижение затрат на единицу продукции при укрупнении производства называется экономией на масштабе.

Издержки: постоянные и переменные.

С увеличением объёма производства доля и абсолютное значение постоянных издержек в себестоимости единицы продукции снижается

- ... проблема все возрастающей **ненадежности** рынка ...
- Крупная корпорация в состоянии самостоятельно вправиться с отрицательными последствиями той неопределенности рынка, которую она не может устранить... **рынок может быть замещен** каким-либо иным механизмом ...
- Характерная особенность всякого планирования в отличие от рынка состоит в том, что оно не содержит в себе никакого механизма, с помощью которого спрос приспособливается к предложению, и наоборот.

ПОТРЕБИТЕЛИ

The customer is always right.

2. Демаркетинг

Only the right customers are always right.

The wrong customers are wrong.

«Правильные» потребители заинтересованы в сотрудничестве, в товарах и услугах компании, нацелены на удовлетворенность (**«ангелы»**).

«Неправильные» потребители нерентабельны, ориентированы на поиск негатива во взаимоотношениях, товарах и услугах компании (**«демоны»**).

Потребительский экстремизм (рэкет)



Потребители-экстремисты:

- Клоуны (валяют дурака)
- Идиоты (непредсказуемы)
- Профессионалы (планирование действий и последствий)

Конкуренция – кооперация (сотрудничество)

🇧🇬 Топалов: Крамник слишком часто ходит в туалет

29.09.2006



Матч Крамник - Топалов. Фото АР

Матч Крамник - Топалов. Фото АР

На матче за титул абсолютного чемпиона мира по шахматам в Элисте разразился скандал. Как пишет в пятницу "Коммерсант", команда Веселина Топалова потребовала от Владимира Крамника во время партии. По ее мнению, российский гроссмейстер слишком часто отлучается в туалет, что может свидетельствовать о нечестной игре. Болгарская сторона пригрозила отказом от участия в поединке в случае, если

"эта исключительно серьезная проблема" не будет решена сегодня утром.

После тщательного изучения видеозаписей, сделанных в комнатах отдыха, техническими экспертами болгарского "штаба" было установлено, что Владимир Крамник слишком часто во время четырех сыгранных партий посещал туалетную комнату.

По этим подсчетам, Крамник во время каждой партии "25 раз посещал комнату отдыха и более 50 раз уходил в туалет – единственное место без средств видеонаблюдения". Приведен даже фрагмент выписки с записи камеры видеонаблюдения в комнате отдыха во время третьей партии. Согласно ему, за 13 минут – с 15.54 по 16.07 – Владимир Крамник сделал

Конкуренция – кооперация (сотрудничество)

+7 (499) 755-2323



поиск по сайту

расширенный поиск

карта сайта

Садовая-Кудринская, 11, Москва,
Д-242, ГСП-3, 125993.

русский

english

12+

ЗАЩИЩАЯ КОНКУРЕНЦИЮ - СЛУЖИМ РОССИИ!

Федеральная антимонопольная служба

[Антимонопольное регулирование](#)

[Контроль госзаказа](#)

[Контроль рекламы и
недобросовестной конкуренции](#)

[Контроль иностранных инвестиций](#)

- ▶ [Новости ФАС России](#)
- ▶ [ФАС России в СМИ](#)
- ▶ [Нормативно-правовые акты](#)
- ▶ [Разъяснения](#)
- ▶ [Аналитические материалы](#)
- ▶ [Открытые данные](#)
- ▶ [Детальный поиск материалов](#)
- ▶ [База решений](#)

- ▶ [О ФАС России](#)
- ▶ [Территориальные органы](#)
- ▶ [Стандарт развития конкуренции](#)
- ▶ [Открытое ведомство](#)
- ▶ [Общественные и экспертные советы](#)
- ▶ [Госслужба](#)

[ФАС России](#) » [Горячая линия ФАС России по вопросам повышения цен](#)

Горячая линия ФАС России по вопросам повышения цен

Пожалуйста, обратите внимание!

Во исполнение поручения Председателя Правительства РФ Д.А. Медведева ФАС России проводится сбор информации с целью мониторинга ценовой ситуации на российском рынке. Полученные сведения будут использованы при подготовке ежемесячного отчёта, направленного на выявление и пресечение спекулятивного роста цен.

В случае необходимости получения официального ответа ФАС России, по форме и в сроки, установленные Федеральным законом от 2 мая 2006 г. № 59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращений граждан Российской Федерации», а также Федеральным законом от 26 июля 2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции», просим вас ознакомиться [с порядком обращения в ФАС России](#).

[Завышение розничных цен на продовольствие](#)

[Завышение оптовых цен на продовольствие](#)

[Завышение оптовых цен на рыбу](#)

[Завышение оптовых цен на сельскохозяйственную продукцию и сырьё](#)

В случае возникновения вопросов по заполнению данной формы, просим вас обращаться за разъяснениями в Общественную приёмную ФАС России по единому номеру +7 (499) 755-23-23 (телефон многоканальный, дождитесь ответа оператора) или по дополнительному номеру (499) 755-23-25 .

РОЛЬ ПОСРЕДНИКОВ – логистика и коммуникации

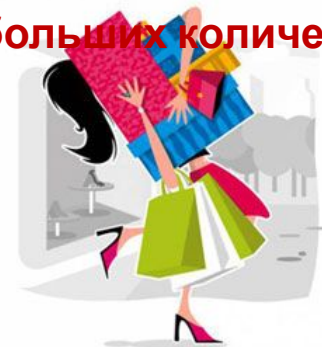
Производители –
большие объёмы
продукции ограниченного
ассортимента



ГРУППА ПРЕДПРИЯТИИ
ОМСКИЙ **Б**ЕКОН



Потребители –
широкий ассортимент
товаров
в небольших количествах



ПОСРЕДНИКИ:

- перераспределяют объёмы и обеспечивают ассортимент товаров
- информируют потребителей о товарах и услугах,
а производителей – о настроениях потребителей

РОСТ ВЛИЯНИЯ ТОРГОВЫХ ПОСРЕДНИКОВ



РОСТ ВЛИЯНИЯ ТОРГОВЫХ ПОСРЕДНИКОВ



ТМ «Снесено сегодня» Азовская птицефабрика. Дикторское сообщение

РОСТ ВЛИЯНИЯ ТОРГОВЫХ ПОСРЕДНИКОВ

Хлебопеки объявили войну X5 и «Дикси»

РБК.Daily 4 ЧАСА НАЗАД, 00:04



Фото: РИА Новости

Глава подмосковного союза хлебопеков Алена Сабатарова решила объявить войну крупнейшим федеральным ритейлерам, которые заставляют поставщиков забирать назад непроданный хлеб. Она написала жалобу в ФАС и потребовала возбудить дела против X5 Retail Group и «Дикси». Ритейлеры в свою очередь утверждают, что возврат хлеба — дело добровольное.

Жалобу на X5 и «Дикси» председатель правления НП «Союз производителей хлеба Московской области» Алена Сабатарова направила главе ФАС Игорю Артемьеву в апреле. В своем обращении (копия имеется в распоряжении РБК daily) она указала, что ритейлеры навязывают поставщикам условия возврата продуктов, не проданных по истечении определенного срока, тем самым нарушая ст. 13 закона «О торговле».

В случае с хлебом торговцы обязывают поставщиков выкупать товар с уже истекшим сроком годности по цене

Бизнес Московская область

Экономика



Региональный call-центр для предпринимателей

- **Министерство экономики Омской области:**
 - государственный и муниципальный заказ;
 - субсидии;
 - лицензирование.
- **Министерство труда и социального развития Омской области:**
 - охрана труда;
 - аттестация рабочих мест;
 - организация системы управления охраной труда.
- **Главное управление лесного хозяйства Омской области:**
 - аренда лесных участков;
 - ответственность за нарушение лесного законодательства.
- **Главное управление МЧС России по Омской области:**
 - требования в области пожарной безопасности;
 - лицензирование в области пожарной безопасности.
- **Главное управление государственной службы занятости населения Омской области:**
 - содействие самозанятости безработных граждан;
 - программа дополнительных мер по снижению напряженности на рынке труда.
- **Главное управление по земельным ресурсам Омской области:**
 - предоставление земельных участков.
- **Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Омской области:**
 - надзор и контроль за исполнением законодательства по защите прав потребителей;
 - санитарно-эпидемиологическое благополучие населения;
 - уведомительный порядок начала предпринимательской деятельности.
- **УФНС по Омской области:**
 - налоги и сборы;
 - налоговые проверки.
- **Омская таможня:**
 - таможенный контроль;
 - таможенные платежи;
 - таможенное оформление.
- **Омское региональное отделение Фонда социального страхования РФ:**
 - оформление листов нетрудоспособности;
 - обеспечение страхования от несчастных случаев на производстве;
 - уплата страховых взносов в ФСС РФ.
- **Омский региональный бизнес - инкубатор:**
 - бизнес-планирование;
 - информационно-патентный поиск.
- **Ассоциация развития малого и среднего предпринимательства:**
 - обучение;
 - консультации предпринимателей по финансовой поддержке и государственным субсидиям.
- **Омский региональный Фонд поддержки развития малого предпринимательства:**
 - финансовая поддержка;
 - грантовая поддержка;
 - Евро Инфо Корреспондентский Центр – Омская область.
- **ООО «Главбух»:**
 - право;
 - бухгалтерский учет;
 - налоги.
- **ООО ЮА «Гарант-профит»:**
 - право;
 - бухгалтерский учет;
 - налоги.



Что такое СРО

Саморегулируемая организация (СРО) – некоммерческая организация, объединяющая субъектов предпринимательской деятельности исходя из единства отрасли производства товаров (работ, услуг) или рынка произведенных товаров (работ, услуг) либо объединяющая субъектов профессиональной деятельности определенного вида. Саморегулируемые организации призваны взять на себя регуляцию профессиональной деятельности участников рынка за рамками базовых минимальных требований, определяемых государством.

В основные функции СРО входит разработка и принятие единых стандартов производственной деятельности и стандартов качества производимой продукции для своих членов, а также контроль соблюдения установленных требований стандартов и правил. СРО может выступать представителем интересов своих членов при взаимодействии с органами государственной власти и другими участниками рынка, служить защите интересов потребителя, через механизмы коллективной ответственности (в том числе финансовые), приводить к урегулированию конфликты внутри профессионального сообщества. Кроме того, в связи с вступлением России в ВТО, СРО призваны сыграть существенную роль в сближении с международными системами регулирования профессиональной деятельности через её стандартизацию и сертификацию с целью повышения конкурентоспособности российского бизнеса и снижения роли государства в регуляции рыночных отношений.

Институт саморегулирования в современной России получил свое развитие в середине 90-х гг., когда впервые понятие «саморегулируемые организации» было закреплено законодательно. Ими именовались добровольные некоммерческие организации, создаваемые в сфере рынка ценных бумаг. Их деятельность регулировалась Федеральным законом № 7-ФЗ от 12 января 1996 года «О некоммерческих организациях». Начиная с 1998 г. саморегулируемые организации начали возникать в различных сферах предпринимательской деятельности, появилось обязательное членство для отдельных групп предпринимателей. Первыми областями деятельности с обязательным членством стали арбитражные управляющие, оценочная деятельность и профессиональная деятельность на рынке ценных бумаг.

В связи с принятием Федерального закона № 315-ФЗ от 1 декабря 2007 г. «О саморегулируемых организациях» развитие саморегулирования в России перешло на качественно новый этап. Растет количество СРО, увеличивается число компаний — членов саморегулируемых организаций. Добровольное и обязательное саморегулирование охватывает все большие слои предпринимателей. К маю 2012 года саморегулирование с обязательным членством было законодательно введено в 10 сферах профессиональной деятельности, а именно:

ВНЕШНЯЯ СРЕДА КОСВЕННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

- факторы, которые могут не оказывать прямого немедленного воздействия на проект, но тем не менее сказываются на реализации проекта и управлении им.

- экономические
- политические
- международные
- научно-технические и технологические
- социокультурные
- демографические
- географические, климатические

ПОЛИТИЧЕСКИЕ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФАКТОРЫ

- глобализация
- действующее законодательство;
- международное законодательство;
- возможные изменения в законодательстве;
- органы власти и особенности их деятельности;
- государственная политика;
- состав правительства и его возможные изменения;
- внешнеэкономические факторы;
- поддержка предпринимательства;
- деятельность групп давления (лоббистов) на внутреннем рынке;
- деятельность групп давления (лоббистов) на международном рынке;
- войны и конфликты;
- экологические проблемы и природоохранная деятельность.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

- состояние экономики домохозяйств;
- международные, национальные, региональные экономические тенденции;
- налоги и налогообложение;
- сезонные факторы;
- рыночные циклы (большие циклы конъюнктуры Кондратьева);
- специфические отраслевые факторы;
- тенденции развития отраслей;
- тенденции развития каналов распределения;
- ставки кредитования;
- особенности внешнеэкономической деятельности

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

- конкурирующие технологии;
- финансирование научно-исследовательских работ и разработок;
- сопутствующие, взаимосвязанные, взаимозависимые технологии;
- возможность замены используемых технологических решений;
- уровень развития (зрелость) технологий;
- уровень развития производственных мощностей;
- использование и влияние современных информационных технологий и коммуникаций;
- технологии, связанные с приобретением и использованием товаров и услуг;
- правовое регулирование технологического и технического развития;
- инновационный потенциал страны, отрасли, компании;
- доступ к технологиям, лицензии, патенты, охрана интеллектуальной собственности.

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

Министерство связи и массовых коммуникаций РФ. Итоги 2014 года

- В компаниях и организациях, относящихся к интернет-рынкам, включая самозанятое население, в настоящий момент работает около 1,2 млн человек
- Объем интернет-рынков с электронными платежами превысил 1 трлн. руб., что составляет 1,6% от ВВП России за 2013 год
- Объем **интернет-зависимых отраслей** составил 10% от ВВП России за 2013 год, что равно 6,7 трлн. руб.
- На интернет-зависимых рынках стало работать 6 млн. человек, что на 1 млн. больше, чем год назад

НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

Эквайринг – приём к оплате платёжных карт в качестве средства оплаты товара, работ, услуг. Осуществляется уполномоченным банком-эквайером путём установки на предприятиях торговли (услуг) платёжных терминалов.

Порядок взаимодействия:

1. Предприятие подписывает с банком договор эквайринга.
2. Банк производит установку оборудования для приема карт и проводит обучение персонала правилам приема карт к оплате.
3. Покупатель предъявляет карту для оплаты покупки.
4. Проведение операции – не более минуты.
5. Перечисление денежных средств на расчетный счет организации за вычетом комиссии за осуществление расчетов.

Тариф на эквайринг зависит от объема операций с картами на Вашем предприятии и составляет от 2,5% до 1,5% от суммы операций по банковским картам (Сбербанк).

Интернет-эквайринг – приём к оплате платёжных карт через Интернет

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

- изменения в стиле жизни;
- демографические тенденции;
- отношение потребителей к компании, товарам и услугам;
- влияние средств массовой информации;
- правовые аспекты, влияющие на социальные факторы;
- имидж и репутации компании, технологии, товара;
- доминирующие модели поведения, привычки потребителей;
- мода, ролевые модели, иконы стиля;
- события, влияющие на общество и потребителей;
- доступ потребителей к товарам и услугам;
- этнические (национальные) факторы;
- религиозные факторы;
- развитие методов продвижения (реклама, стимулирующие мероприятия и проч.);
- этические нормы.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ И ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

Селфи-смартфон HTC Desire EYE с 13 Мп фронтальной камерой представлен официально



ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ, КЛИМАТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ

- природно-климатические условия
- состояние окружающей среды
- доступность сырья и энергии
- наличие дорог и других путей сообщения

ХАРАКТЕРИСТИКИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

- ❑ СЛОЖНОСТЬ
- ❑ взаимосвязанность факторов внешней среды
- ❑ подвижность
- ❑ неопределённость (как следствие, риски)

Как курс доллара отреагировал на слова Путина

За время выступления Владимира Путина с посланием к Федеральному собранию РФ национальная валюта подешевела почти на рубль

О Крыме:

«Как известно, в марте этого года в Крыму состоялся референдум, на котором жители полуострова явно заявили о своем желании присоединиться к России. Затем последовало решение крымского парламента – и подчеркну, абсолютно легитимного, не надо об этом забывать, избранного ещё в 2010 году, – решение крымского парламента о независимости. И, наконец, произошло историческое воссоединение Крыма и Севастополя с Россией.»

О курсе рубля:

«Сегодня мы столкнулись с сокращением валютных поступлений и, как следствие, с ослаблением курса национальной валюты – рубля. Вы знаете, что Банк России перешел к «плавающему» курсу, но это не значит, что Банк России самоустранился от влияния на курс рубля, что курс рубля может безнаказанно становиться объектом финансовых спекуляций.»

Я прошу Банк России и правительство провести жесткие, скоординированные действия, чтобы отбить охоту у так называемых спекулянтов играть на колебаниях курса российской валюты. И что хотел бы в этой связи сказать? Власти знают, кто эти спекулянты, и инструменты влияния на них есть, пришло время воспользоваться этими инструментами.»

О демографии:

«В начале 2000-х годов эксперты ООН предрекали нам дальнейший демографический спад. По прогнозу ООН, население нашей страны к концу 2013 года должно было сократиться до 136 миллионов человек. На 1 января 2014 года население России составило почти 144 миллиона человек, на 8 миллионов больше прогноза ООН. Добавлю при этом, что уже два года подряд, и вы об этом тоже знаете, в 2013 и 2014 году в России отмечается естественный прирост населения. Ожидается, что по итогам 2014 года, с учетом Крыма и Севастополя, численность населения России превысит 146 миллионов человек. Наши демографические программы доказали свою эффективность.»

