

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ВЫСШЕЕ УЧЕБНОЕ ЗАВЕДЕНИЕ
«НАЦИОНАЛЬНЫЙ ГОРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**



В.А. НЕЦВЕТАЕВ

**ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЯХ**

МОНОГРАФИЯ

Днепропетровск
НГУ
2014

УДК 347.71:004.738.52:622.012

ББК 32.973.202:304.11

H58

Рекомендовано до друку вченою радою Державного ВНЗ «Національний гірничий університет» (протокол № 12 від 21.12.2013).

Рецензенти:

Ю.Є. Петруня, д-р екон. наук, проф., ректор Академії митної служби України;

К.Ф. Ковальчук, д-р екон. наук, проф., декан економічного факультету Дніпропетровської металургійної академії України.

Нецветаев В.А.

H58 Електронная коммерция на промышленных предприятиях : монография / В.А. Нецветаев; М-во образования и науки Украины; Нац. горн. ун-т. – Д.: НГУ, 2014. – 255 с.

ISBN 978–966–350–455–1

Обобщен имеющийся опыт использования электронной коммерции в условиях промышленных предприятий, выполнен контент-анализ на сайтах предприятий угольно-энергетического и горно-металлургического комплексов (на примере Украины), что необходимо для выявления имеющихся недостатков и повышения эффективности коммерческой деятельности в сети Интернет. Приведены краткие описания предприятий и ссылки на их сайты со скриншотами главных страниц, сделаны выводы о качестве этих сайтов с точки зрения эффективного использования в коммерческой деятельности. Рассмотрены ресурсы, предназначенные для продвижения сайтов промышленных предприятий в Интернет, а также общие методы и рекомендации по повышению эффективности и безопасности электронной коммерции на промышленных предприятиях.

Электронную коммерцию предложено рассматривать как Интернет-технологию, на основе общих принципов. Предложена классификация коммерческих корпоративных сайтов с указанием многих факторов, позволяющих выявить имеющиеся недостатки существующих сайтов промышленных предприятий.

Написана в соответствии с образовательной программой Европейского Союза TEMPUS ECOMMIS «Двухуровневые программы обучения электронной коммерции для развития информационного общества в Украине, России, Израиле».

Для специалистов, занимающихся электронной коммерцией на промышленных предприятиях, преподавателей вузов, аспирантов, студентов, бакалавров, магистров и специалистов направлений «Экономическая кибернетика», «Маркетинг» и «Менеджмент».

УДК 347.71:004.738.52:622.012

ББК 32.973.202:304.11

ISBN 978–966–350–455–1

© В.А. Нецветаев, 2014

© Державний ВНЗ «НГУ», 2014

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	6
РАЗДЕЛ 1	
ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЯ	8
1.1 Краткая историческая справка об электронной коммерции и развитии Интернета в последние годы	8
1.2 Составные части Интернет технологии.....	12
1.3 Классификация коммерческих сайтов	21
1.4 Выводы раздела 1.....	29
РАЗДЕЛ 2	
АНАЛИЗ КОНТЕНТА САЙТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ МИНИСТЕРСТВА ЭНЕРГЕТИКИ И УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КРАИНЫ	31
2.1 Сайт министерства энергетики и угольной промышленности Украины.....	31
2.2 Угольный портал Украины.....	32
2.2.1 Продажа угля на предприятиях Днепропетровской области.....	36
2.2.2 Продажа угля на предприятиях Донецкой области.....	37
2.2.3 Продажа угля на предприятиях Луганской области.....	39
2.2.3.1 Информация для пользователей об угле.....	42
2.2.4 Продажа угля на предприятиях других областей Украины.....	45
2.3 Инкотермс 2010 в Украине.....	46
2.4 Коды УКТ ВЭД (коды ТН ВЭД Украины). Группа 27.....	47
2.5 Донецкая угледобывающая компания Украины http://dtek.com	48
2.5.1 Ключевые показатели работы ДТЭК.....	50
2.5.2 Вертикально-интегрированная модель ДТЭК.....	52
2.5.3 Подразделения ДТЭК, занимающиеся продажей угля.....	53
2.6 Покупка и продажа угля на сайте http://donuglesnab.com.ua/buying/	54
2.7 Портал Уголь http://coalmarket.com.ua/	55
2.8 Тенденции изменения цен на уголь на портале на портале http://coalmarket.com.ua/	56
2.9 Проблемы приватизации и закрытия предприятий угольной промышленности Украины.....	57
2.10 Выводы раздела 2.....	62
РАЗДЕЛ 3	
АНАЛИЗ КОНТЕНТА САЙТОВ ГОРНОРУДНЫХ И МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ	66
3.1 Горнорудная промышленность Украины	66
3.2 Украинский горнометаллургический комплекс нуждается в долгосрочной поддержке.....	68
3.3 МетИнвест – крупнейшая компания ГМК Украины	72
3.3.1 Горнодобывающий дивизион МетИнвест.....	73
3.3.2 Ингулецкий горно-обогатительный комбинат.....	74

3.3.3 Северный горно-обогатительный комбинат.....	75
3.3.4 Центральный горно-обогатительный комбинат.....	76
3.3.5 Комсомольское рудоуправление	78
3.3.6 Краснодонуголь	79
3.3.7 United Coal Company.....	80
3.3.8 Metallургический дивизион Метинвест.....	81
3.3.9 Metallургический комбинат «Азовсталь».....	82
3.3.10 ММК им. Ильича	83
3.3.11 Енакиевский металлургический завод	85
3.3.12 Харцызский трубный завод	87
3.3.13 Промет Стил	88
3.3.14 Ferriera Valsider	89
3.3.15 Metinvest Trametal	90
3.3.16 Spartan UK	91
3.3.17 Метинвест-Ресурс	92
3.3.18 Авдеевский коксохимический завод	93
3.3.19 НПО Инкор и Ко	94
3.3.20 Продажа продукции на сайте МетИнвест	96
3.3.21 Политика Метинвеста в области качества	100
3.3.22 У Метинвеста появился еще один новый хозяин.....	101
3.4 Южный горно-обогатительный комбинат.....	102
3.5 Публичное акционерное общество «Сухая Балка»	104
3.6 Публичное акционерное общество «АрселорМиттал Кривой Рог»	107
3.6.1 Структура предприятия.....	108
3.6.2 Агломерационное производство.....	109
3.6.3 Сталеплавильное производство.....	110
3.6.4 Прокатное производство	111
3.6.5 Шахтоуправление имени Артема	113
3.7 Закрытое акционерное общество «Запорожский железорудный комбинат»	114
3.8 Государственное предприятие «Восточный горно-обогатительный комбинат»	117
3.9 Шахта «Ингульская».....	119
3.10 Шахта «Смолинская»	121
3.11 Шахта «Новоконстантиновская»	123
3.12 Общество с ограниченной ответственностью «Восток-Руда».....	124
3.13 Шахта «Новая»	127
3.14 Публичное акционерное общество «Марганецкий горно-обогатительный комбинат»	129
3.15 Частное акционерное общество «Крымский титан».....	136
3.16 Вольногорский горно-металлургический комбинат.....	139
3.17 Иршанский горно-обогатительный комбинат.....	141
3.18 Полтавский горно-металлургический комбинат.....	143
3.19 Евраз – Днепропетровский металлургический завод им. Петровского	144
3.20 ДМК им. Дзержинского.....	147
3.21 ОАО НТЗ Интерпайп	148

3.22 Информационная поддержка промышленности Украины.....	153
3.23 Выводы раздела 3.....	154
РАЗДЕЛ 4	
ПРОДВИЖЕНИЕ И РАСКРУТКА КОРПОРАТИВНОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ	157
4.1 Бизнес портал UA-REGION.....	157
4.2 Бизнес реклама — эффективное средство увеличения продаж	158
4.3 Коммерческое предложение (можно скачать с сайта http://www.ua-region.info/business_advancement).....	160
4.4 Пакет «VIP»: Максимальный бизнес рейтинг	162
4.5 Пакет «Оптимальный»: Единая система деловой информации «Все предприятия Украины»	165
4.6 Пакет «Эффективный»: Целостный подход для стабильного продвижения бизнеса	168
4.7. Пакет «Бюджетный»: экономное продвижение бизнеса в сети Интернет	170
4.8 База данных по предприятиям Украины для вашей CRM-системы.....	172
4.9 Базы данных для Terrasoft — наш ответ на ваш запрос.....	173
4.10 SugarCRM. База данных предприятий Украины для SugarCRM.....	174
4.11 АпекСофт. База данных предприятий Украины для CRM-системы АПЕК CRM	175
4.12 Разработка CRM «под ключ». База данных предприятий Украины для любой системы маркетинга.....	176
4.13 Внедрение CRM-систем	177
4.14 Размещение рекламы на сайтах. Контекстная реклама. Размещение ссылок	179
4.15 Прямой маркетинг. Базы данных для директ-маркетинга.....	180
4.16 Выводы раздела 4.....	181
РАЗДЕЛ 5	
ПОВЫЩЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	183
5.1 Эволюция в сфере сайтостроения, системы управления контентом.....	183
5.1.1 Проблемы статических WEB-сайтов, которые привели к появлению CMS	183
5.1.2 Что такое CMS.....	185
5.1.3 Эволюция в сфере корпоративного сайтостроения	190
5.1.4 Продукты «1С-Битрикс» http://1c-bitrix.ua	195
5.2 Набор инструментов Интернет бизнеса.....	198
5.3 Безопасность в сфере электронной коммерции.....	204
5.4 Важные рекомендации по повышению эффективности ведения бизнеса.....	212
5.5 Виртуальное общество. Взгляд в недалекое будущее.....	214
5.6 Выводы раздела 5	234
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	238
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	249

ВВЕДЕНИЕ

Глобальная сеть Интернет существенно изменяет традиционные, сложившиеся в течение десятков лет, представления об обществе, экономике, бизнесе и торговле. Возникшая в конце 20 века концепция электронной коммерции требует глубокого осмысления и фундаментального обоснования, для чего необходима систематизация информации и знаний в различных областях использования электронной коммерции, в частности на предприятиях горной промышленности.

Монография ставит **целью** проанализировать опыт использования Интернет в коммерческих целях в условия промышленных предприятий, что необходимо для выявления имеющихся недостатков и повышения эффективности коммерческой деятельности с использованием сети Интернет.

Важность и актуальность этой задачи является очевидной, поскольку предприятия угольно-энергетического и горно-металлургического комплексов являются основными системообразующими предприятиями экономики Украины, от работы которых зависит жизнь всего населения страны.

В книге электронная коммерция рассмотрена как Интернет технология. Предложена классификация коммерческих сайтов; проанализировано представительство предприятий угольной и горно-металлургических комплексов Украины в Интернете; приведены описания предприятий и ссылки на их сайты со скриншотами главных страниц, сделаны выводы о качестве этих сайтов для их эффективного использования в коммерческой деятельности, рассмотрены ресурсы, предназначенные для продвижения сайтов промышленных предприятий в Интернет.

В работе сделаны выводы о преимуществах и недостатках электронной коммерции на промышленных предприятиях и приведены рекомендации по улучшению их эффективности.

В монографии систематизирована представленная в интернете информация и знания по использованию электронной коммерции на промышленных предприятиях.

Предложены:

- технологический подход к электронной коммерции;
- классификация корпоративных коммерческих сайтов по множеству локальных критериев;
- результаты анализа контента сайтов предприятий угольной и горно-металлургических комплексов Украины;
- методы повышения эффективности электронной коммерции на этих предприятиях.

Практическая значимость состоит в разработке рекомендаций по повышению конкурентоспособности промышленных предприятий, увеличения объемов продаж, сокращения издержек и выхода на новые рынки сбыта за счет более эффективного использования электронной коммерции.

Книга написана в Государственном высшем учебном заведении «Национальный горный университет» (ДВНЗ НГУ) в рамках участия ВУЗа в Международном проекте TEMPUS ECOMMIS «Двухуровневые программы обучения электронной коммерции для развития информационного общества в России, Украине, Израиле» (Two cycle E-Commerce curricula to serve Information Society in RU, UA, IL). В этом проекте автор монографии является ключевым специалистом от НГУ (Key person from National Mining University).

Книга отражает горную направленность ВУЗа и состоит из введения, пяти разделов и заключения.

Во введении отражены цель, важность и актуальность работы, методика, результаты, научная новизна и практическая значимость работы. Кратко изложено содержание отдельных разделов.

В первой главе книги показана возможность представления электронной коммерции как информационной технологии. Предложено уточнение некоторых понятий бизнес информатики, что позволило в достаточно общем виде представить электронную коммерцию как Интернет технологию.

Во второй и третьей главах книги проанализировано представительство промышленных предприятий угольной и горно-металлургических комплексов Украины в Интернете, приведены описания предприятий и ссылки на их сайты со скринами главных страниц, сделаны выводы о качестве этих сайтов для эффективного использования в коммерческой деятельности.

В четвертой главе на основании анализа собранного в Интернете фактического материала, сделаны важные рекомендации по улучшению использования электронной коммерции на этих предприятиях. Проанализированы имеющиеся ресурсы Укрнета по рекламе, раскрутке и продвижению корпоративного бизнеса в Украине, для предприятий угольно-энергетического и горно-металлургического комплексов.

В пятой главе рассмотрены: эволюция сайтостроения, возможности современных систем управления контентом (CMS), позволяющих автоматизировать процессы создание и ведения сайтов, минимальный набор WEB – инструментов интернет – предпринимателя, вопросы безопасности в сфере электронной коммерции и освещены другие важные моменты, на которые стоит обращать внимание для повышения эффективности электронной коммерции.

В заключении сделаны общие выводы по существующему состоянию и путях совершенствования электронной коммерции в промышленности.

Автор с благодарностью примет замечания и предложения о сотрудничестве по обсуждаемым в книге вопросам. Их можно направлять по адресу: 49027, Днепропетровск, просп. К. Маркса, 19, НГУ, кафедра экономической кибернетики и информационных технологий, тел. (0562) 3730784, E-Mail: nvanva@i.ua. Автор также надеется, что данная книга послужит стимулом к дальнейшим углубленным исследованиям.

РАЗДЕЛ 1

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ КАК ИНТЕРНЕТ ТЕХНОЛОГИЯ

1.1 Краткая историческая справка об электронной коммерции и развитии Интернета в последние годы

Не углубляясь в предысторию бизнеса в Интернет 70-90 годов, мы можем лишь констатировать, что термина электронная коммерция не было до 1996 года, как не было еще крупнейшей на сегодняшний день поисковой системы Google, а Яндекс на фразу «электронная коммерция» отвечал, «по вашему запросу ничего не найдено». Позже начался настоящий «бум» электронной коммерции. Вышла книга американского автора Винса Имери «Как сделать бизнес в Интернет» (3 издание) [7]. Эта книга всколыхнула Рунет и заставила многих людей начать заниматься электронной коммерцией.

Прочитав фразы из этой книги 1998 г. «Давайте развеим два мифа, касающегося бизнеса в Интернет. Первый миф – «В Интернете никто ничего не покупает»... приведем примеры фирм, зарабатывающих более миллиона долларов в день в Интернете:

- Компания Cisco Systems – объем продаж 365 млн. долларов в год.
- Компания Dell Computer – 500 млн. долларов.
- Компания Auto-By-Tel в 1996 году продала через Интернет автомобилей на 700 млн. долларов.
- Чемпион, компания OASIS продает с помощью Web электроэнергию от 172 поставщиков. Объемы ее продаж только за первое полугодие 1997 г. составили несколько миллиардов долларов.

Второй миф «Деньги в Интернете может делать кто угодно». Эту ложь распространяют в сели мошенники, обирающие до нитки неосторожных новичков. Правда состоит в том, что большинство компаний, которые используют Интернет для экономии средств - процветают, а 70% компаний, занимающихся сбытом, терпят убытки...».

Какие мы можем из этого сделать выводы, через 15 лет. Во-первых, даже сейчас в Рунете невозможно тягаться с фирмой OASIS. Количество пользователей и сайтов в Интернет несоизмеримо возросло, однако количество успешных, приносящих прибыль проектов в процентном отношении уменьшилось, и составляет 1-3 %. Это говорит о возрастании конкуренции на рынке электронной коммерции и об актуальности обучения Интернет бизнесменов, а к ним хотят присоединиться многие, основам электронной коммерции, позволяющим создавать приносящие прибыль проекты.

Обратимся к более современным имеющимся в данный момент статистическим данным по использованию Интернет <http://ei5.ru/statistika-interneta-za-2010-2012-godyi/>.

Что изменилось в Интернете в 2010. В 2010 году интернетом пользовались 1,97 млрд. человек во всем мире. Это на 14% больше, чем в 2009 году.

Больше всего пользователей Интернета живёт в Азии — 825 млн., далее следует Европа (475 млн.), Северная Америка (266 млн.), Латинская Америка и Карибский бассейн (204 млн.), Африка (110 млн.), Ближний Восток (63 млн.), Океания и Австралия (21 млн.).

В 2010 году в мире появилось 21,4 млн. новых сайтов, итого их стало 255 млн.

Всего было отправлено 107 триллионов электронных писем, или 294 млрд. в день (в среднем). Хотя бы раз в течение года пользовались почтой 1,88 млрд. человек, из которых 480 млн. это сделали впервые. При этом почтовых учётных записей зарегистрировано 2,9 млрд. На спам приходится 89,1% всех писем.

Всего доменных имён в 2010 году было 202 млн. Больше всего имён зарегистрировано в зоне .com — 88,8 млн. Далее следует .net (13,2 млн.) и .org (8,6 млн.). Ещё 79,2 млн. имён зарегистрировано в национальных доменах (ua, ru и т.д.).

В 2010 году в интернете было 152 млн. блогов, 175 млн. пользователей Twitter (данные за сентябрь), 600 млн. пользователей Facebook.

В Twitter в течение года было послано 25 млрд. твитов и создано 100 млн. аккаунтов. На Facebook зарегистрировалось 250 млн. новых пользователей.

В YouTube каждый день просматривалось 2 млрд. видеороликов, при этом каждую минуту загружалось 35 часов видео.

На Flickr всего было представлено 5 млрд. профессиональных фотографий и каждую минуту загружалось больше 3000 новых.

Интернет-статистика за 2011 год. Согласно ежегодному исследованию аналитического агентства Pingdom в течение 2011 года количество сайтов в Интернете увеличилось вдвое, в 2010 году количество веб-ресурсов незначительно превышало четверть миллиарда, а в начале 2012 года – в мировой паутине насчитывается более 555 миллионов Вэб-страниц. В 2011 году почти половина (44%) всей мировой, более чем двухмиллиардной аудитории Интернета была сосредоточена в Азии, ведь только в Китае почти половина миллиарда пользователей. Число зарегистрированных в разнообразных социальных сетях учётных записей превысило 2,4 млрд., самая большая доля аудитории соцсетей принадлежит сервису Facebook – почти 800 млн. человек, а также сервису микроблогов Twitter – 255 млн.

Почти все пользователи интернета имеют более чем один почтовый ящик потому, что количество зарегистрированных аккаунтов в почтовых сервисах составляет 3,15 млрд. Самой популярным почтовым клиентом признается Microsoft Outlook, а наиболее распространенной Интернет почтой в 2011 году был Hotmail, в котором зарегистрировано 360 млн. человек.

Лидером среди веб – браузеров, как и прежде, остается Internet Explorer (почти 39% пользователей предпочитают использовать именно его для регулярного посещения Сети), в 2011 году браузер Chrome по количеству приверженцев обогнал Firefox – 28 и 25% пользователей соответственно.

Незначительная часть веб - пользователей выбирают браузеры Safari (6%)

и Opera (2%) от общего числа пользователей Интернета. Как уже неоднократно отмечали эксперты различных исследовательских компаний, в 2011 году значительный рост был отмечен в сфере мобильного интернета, более половины всех пользователей Сети начали использовать для выхода в Интернет мобильные устройства. К концу 2011 года почти 1,2 млрд. человек пользуются мобильной широкополосной связью интернет - серфинга.

Более подробно рассмотрим статистику Интернета в 2012 году. Из миллиона мировых топ сайтов 43% обслуживаются в США, а из сотни топ-блогов 48 работают на базе WordPress. Кстати, в Интернете на специализированный софт тратятся не особо часто. Из 10 тыс. наиболее популярных веб-сайтов 75% работают на базе ПО с открытым исходным кодом. Такое явление как Tumblr продолжает очень активно развиваться. Например, к концу прошлого года зафиксировано 87,8 млн. блогов Tumblr, а количество ежемесячно просматриваемых страниц достигло 17,8 млрд. Сайтов на базе WordPress тоже немало, а именно, 59,4 млн. и ежемесячно просматривается 3,5 млрд. записей на них. Также стоит отметить, что из года в год странички становятся сложнее и грузятся медленнее, несмотря на постепенно увеличивающуюся скорость Интернета и повышение производительности устройств и ПО. В частности, веб-страницы в среднем стали грузиться на 4% медленнее, чем в 2011 году.

На данный момент насчитывается 329 доменов верхнего уровня, а общее количество зарегистрированных доменных имен — 246 млн. Среди них 104,9 млн. зарегистрированы в домене .com, 14,1 млн. — .net, 9,7 млн. — .org, 6,7 млн. — .info и 2,2 млн. — .biz. Крупнейшим доменным регистратором остается GoDaddy.com с долей рынка в 32,44%. Самым дорогим доменом, проданным в 2012 году, оказался Investing.com — сумма сделки составила \$2,45 млн.

Важнейшей частью интернета являются его **пользователи**, которых в конце 2012 года было насчитано 2,4 млрд. Азиаты впереди планеты всей с 1,1 млрд. подключенных к Сети человек, Европа на втором месте с 519 млн. Интернет пользователей, замыкает тройку лидеров Северная Америка (274 млн.). На четвертом и пятом месте Латинская Америка (255 млн.) и Африка (167 млн.). Если делить по странам, то больше всего Интернет пользователей в Китае — 565 млн. человек.

Социальные сети — продолжают будоражить мир и затягивать людей все глубже в виртуальность. Самой популярной социальной сетью в мире остается Facebook с миллиардом активных пользователей (посещают сеть как минимум раз в месяц), 85962 публикациями в месяц и 2,7 млрд. ежедневных «лайков». 47% пользователей Facebook — женщины, а средний возраст зарегистрированного в этой сети человека составляет 40,5 лет. Второй по популярности социальной сетью остается Twitter с 200 млн. активных пользователей, ежемесячно работающих с этим микроблоггинговым сервисом. Чтобы понимать масштабы, стоит обратить внимание на один пример — во время церемонии открытия Олимпийских игр в Лондоне было произведено 9,66 млн. твитов. В среднем ежедневно люди отправляют 175 млн. твитов, а средний

возраст «твиттерянина» составляет 37,3 года. Всего же с момента запуска Twitter было зафиксировано 163 млрд. твитов (эту отметку сервис преодолел в июле прошлого года). Буквально в затылок Twitter дышит деловая социальная сеть LinkedIn со 187 млн пользователей (по состоянию на сентябрь 2012). В этой социальной сети аудитория постарше, средний возраст пользователя — 44,2 года. Google же после нескольких неудачных попыток все-таки удалось занять значимую позицию на рынке социальных сетей. В Google+ насчитывается 135 млн. активных пользователей, а кнопку «+1» ежедневно жмут до пяти миллиардов раз.

В конце 2012 года зафиксировано 2,2 млрд. пользователей E-mail по всему миру. Ежедневно расходуется около 144 млрд. электронных писем, из которых примерно 61% можно обозначить как «неважные». Интересен тот факт, что активных клиентов E-mail в мире насчитывается 4,3 млрд., и это легко объяснимо одновременным использованием людьми нескольких приложений для работы с электронной почтой. Наиболее активно пользователи работают с Mail.app для iOS. Самым популярным почтовым сервисом в мире является Gmail, который в прошлом году достиг количества пользователей в 425 млн. Спам остается серьезной проблемой, и из всех отправленных в 2012 году сообщений 68,8% — мусорные. При этом 50,76% из них — это реклама разного рода фармакологических препаратов, они оказались лидирующей категорией спама. Фишинг тоже присутствует, хотя и в довольно скромном объеме, всего 0,22% сообщений можно отнести к такому виду мошенничеству.

Ситуация с **веб-браузерами** из года в год остается практически неизменной. По крайней мере, Microsoft Internet Explorer все еще самый популярный в мире, хоть его доля и снизилась до 39%. Основная интрига разворачивается уровнем ниже. Второе место прочно занял Google Chrome с 28% рынка, на третьем удерживается Mozilla Firefox с 25%. Из остальных браузеров более-менее значимую позицию занимает лишь Apple Safari с 6% рынка.

На рынке **Интернет поиска** продолжает лидировать Google (исключая Китай, где этот сервис недоступен). В 2012 году зафиксировано 1,2 триллиона поисковых запросов через Google Search, и на рынке США эта поисковая система занимает 67%.

Мобильный рынок уже давно неразрывно связан с Интернетом и на него тоже стоит обратить пристальное внимание. Из 6,7 млрд. зафиксированных в 2012 году подключений к сервису мобильной связи 1,1 млрд. относится к смартфонам. Всего же в мире насчитывается 5 млрд. пользователей мобильных телефонов. Количество смартфонов тоже немаленькое — 1,3 млрд. в конце 2012 года. Лидирующей платформой остается Google Android. В 2012 году было продано 465 млн. смартфонов на базе данной ОС, а это 66% соответствующего рынка. Мобильные устройства обеспечили всего 13% глобального трафика в прошлом году, хотя количество абонентов мобильного доступа в Сеть составляет 5 млрд. Примерный ежемесячный мобильный трафик в 2012 находится на уровне 1,3 эксабайт или 1,3 млн. терабайт. Из них 59% — это видео. Для мобильных телефонов средняя

скорость подключения к Сети в прошлом году составила 504 кбит/с, для смартфонов — 1820 кбит/с.

Видео является неотъемлемой частью современного Интернета, а самым популярным сервисом такого рода является YouTube. В прошлом году было зафиксировано 150,6 млн. уникальных посетителей, просматривающих видео с сайтов Google. Для сравнения, у основного конкурента Vimeo — всего 14 млн. пользователей. Ежемесячно люди просматривают на YouTube 4 млн. часов видео. Самым популярным роликом стал клип PSY «Gangnam Style». За пять месяцев количество его просмотров достигло 1 млрд. а в текущий момент — более 1,1 млрд.

Изображений в Сети тоже много. Например, в Facebook ежемесячно загружается 7 петабайт (1 петабайт = 1000 терабайт) изображений или 300 млн. снимков ежедневно. Instagram продолжает оставаться одним из самых популярных фотосервисов в мире — ежесекундно в него загружается 58 снимков, а в сентябре 2012 года количество фотографий там достигло 5 млрд. Ну, а самой популярной камерой на Flickr в 2012 году стал смартфон iPhone 4S.

1.2 Составные части Интернет технологии

Интернет технологии используются в различных сферах деятельности людей, поэтому их рассмотрение в электронной коммерции следует начать с определения антропометрического подхода к информации и основных типов информационных процессов.

Суть *антропометрического подхода* к определению информации заключается в том, что информацию отождествляют со сведениями и фактами, которые теоретически могут быть получены и усвоены, то есть, преобразованы в знания. При таком подходе под *информацией понимаются сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах с разной формой представления, которые интересуют, могут быть получены и усвоены отдельным индивидом.*

К основным типам *информационных процессов* следует отнести процессы *хранения, обработки и передачи* информации. В каждом из этих процессов в настоящее время происходят революционные изменения. В сфере хранения информации появляются новые типы памяти и способы извлечения данных. В сфере обработки информации появляются новые процессоры, чипсеты, алгоритмы обработки данных, мультимедийные средства и т.д. В сфере передачи информации помимо развития Internet, появляются беспроводные коммуникации GPRS, CDMA, Wi-Fi, Wi-Max, цифровое телевидение.

Далее рассмотрим понятие технологии. Было установлено [8], что любая технология может быть представлена как показано на рис. 1.1.

Технология – это единство находящихся во взаимодействии, аппаратного, программного и интеллектуального обеспечения,

встроенных в сеть отношений, которые нужны для их поддержки.

Нетрудно убедиться, что аналогично, можно представить любую технологию (рис. 1.2 - 1.4).

Понятие информационной технологии (рис.1.2) является частным случаем общего понятия технологии. Его специфика заключается в том, что в качестве отдельных компонентов технологии выступают, соответственно:

- аппаратное обеспечение компьютеров;
- программное обеспечение компьютеров;
- интеллектуальное обеспечение - люди (пользователи), реализующих информационные процессы;
- сеть поддержки технологии – локальные и глобальные сети, информационные службы, офисные помещения, без которых невозможно выполнять информационные процессы.

Далее, понятие ***информационной технологии*** легко определяется из общего понятия технологии на основе перечня, основных структурных компонентов (рис. 1.1-1.2)

Информационная технология – это единство аппаратного, программного обеспечения компьютеров и интеллектуального обеспечения информационных процессов, встроенных в сеть отношений, которые нужны для их поддержки.

Интернет технологии можно отнести к **высоким технологиям**, т.е. к таким, технологическое ядро которых, ушло далеко вперед, выдвинулось на острие развития мирового сообщества, что потребовало существенных изменений в его инфраструктуре.

Интернет, как технологическое ядро, развивается по пути расширения Web (паутины), в которой уже более 600 млн. узлов (статических и динамических сайтов). Количество пользователей перевалило за 2000 млн., т.е. в Интернете «сидит» каждый третий житель планеты. Изменилось назначение Сети, которая вначале служила интересам науки (или отдельных наук), а теперь Интернет перерос размеры науки и распространился на все сферы жизни людей. Рядовые люди, не занимающиеся наукой, нашли в Интернете простой доступ к любой, интересующей их информации.

Потребность в информации становится основной потребностью человека, и Интернет, в значительной мере удовлетворяет эту потребность. Телевидение также перемещается в Интернет. Туда же стремятся все коммуникационные технологии радио, телефония, геодезия. Их будущее связано с Интернет.

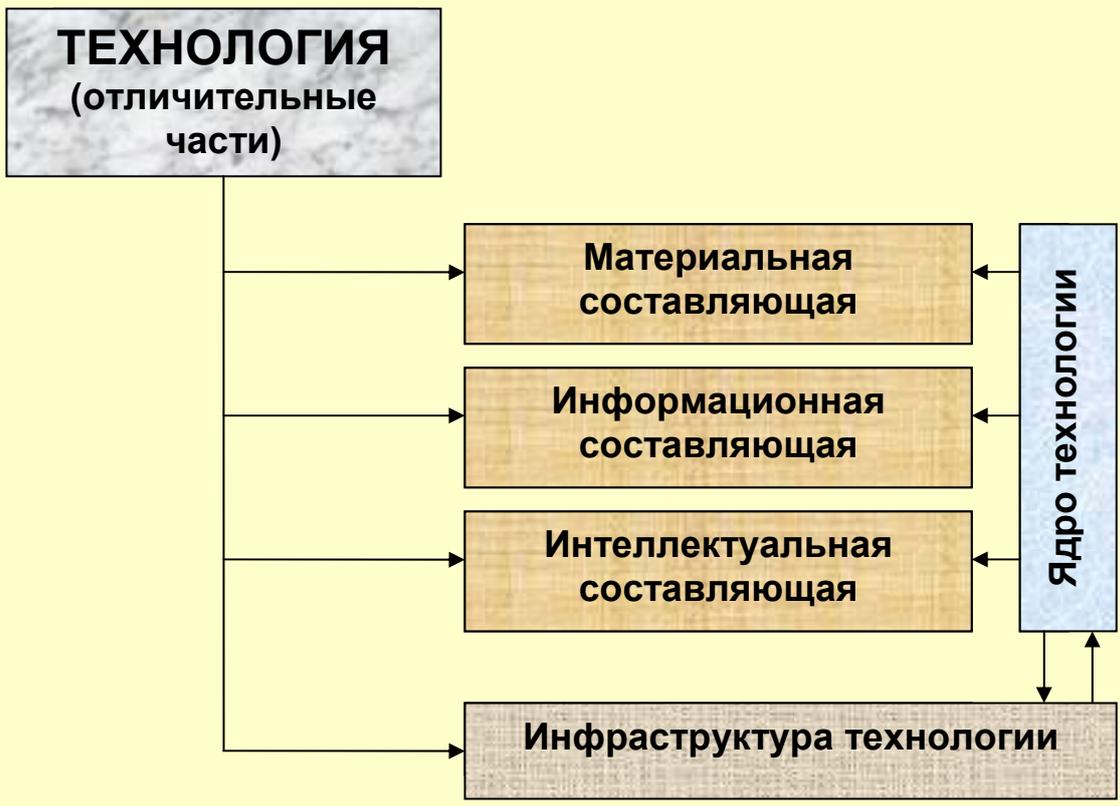


Рис.1.1 Основные структурные части технологии

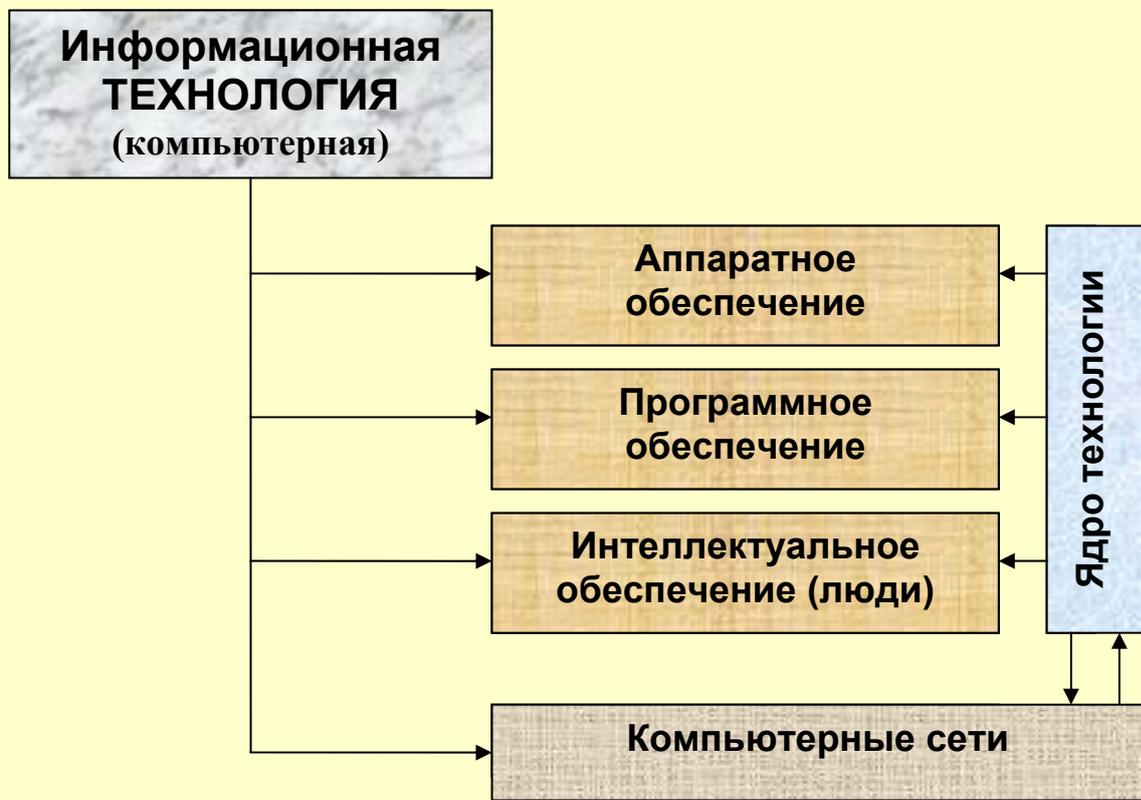


Рис. 1.2 Структурная схема, поясняющая основные компоненты информационной технологии

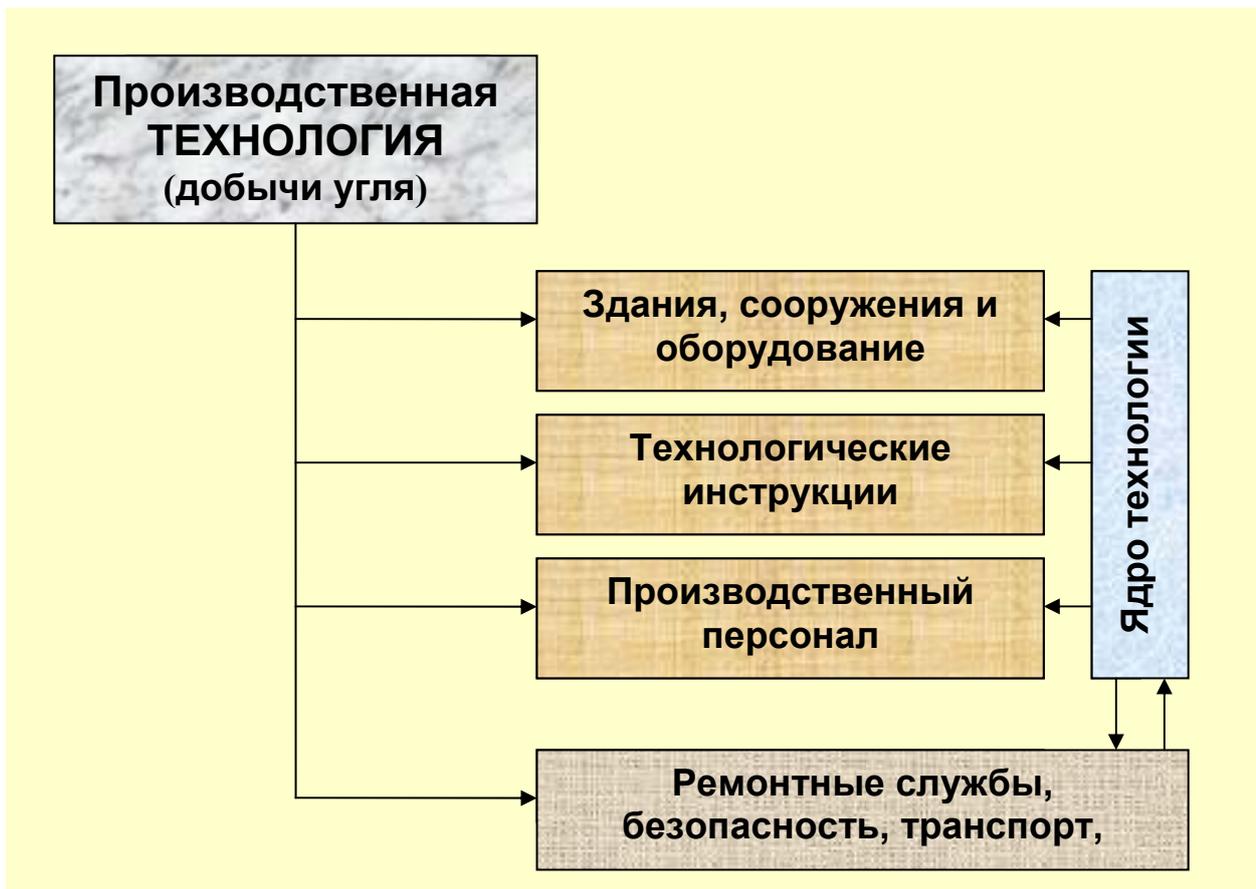


Рис. 1.3 Структурная схема производственной технологии



Рис. 1.4 Структурная схема автотранспортной технологии

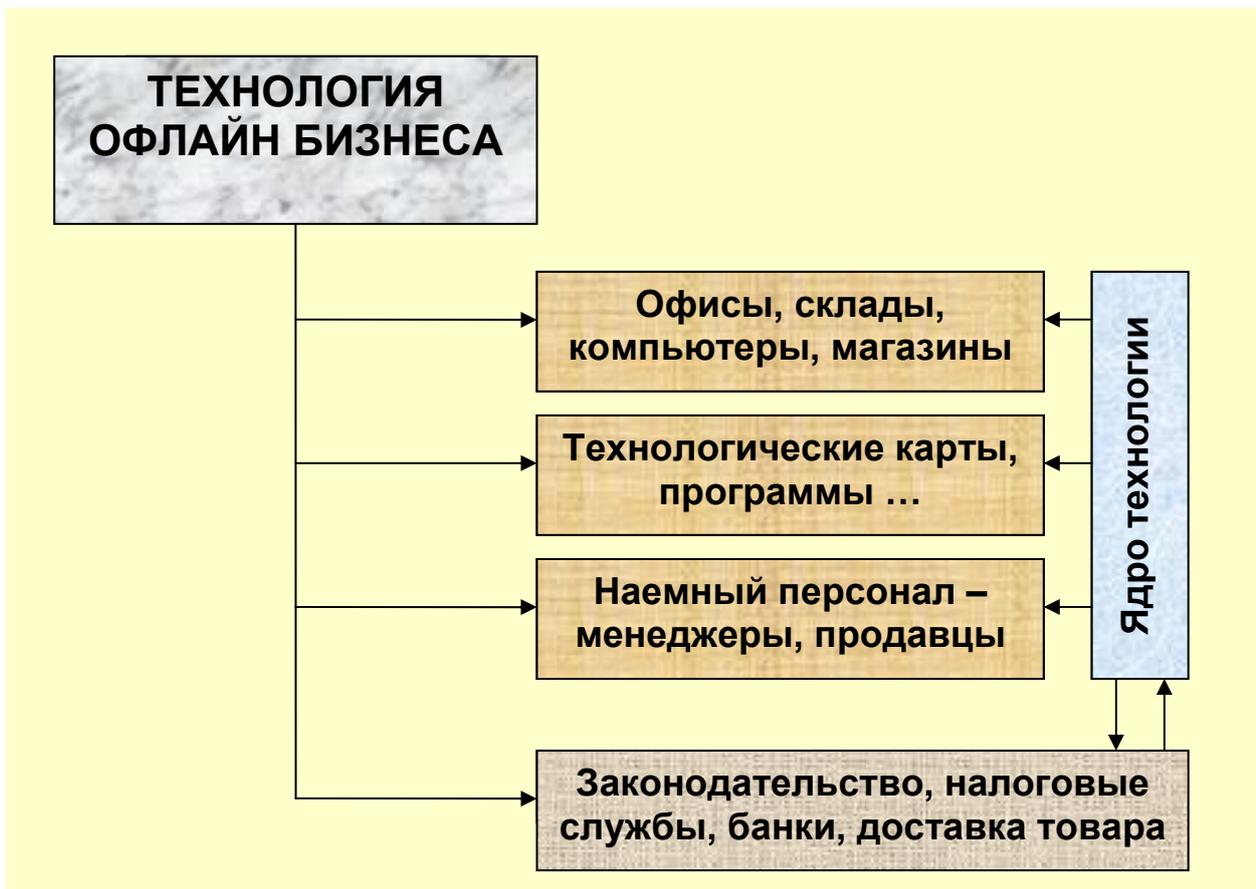


Рис. 1.5 Структурная схема технологии традиционного офлайн бизнеса

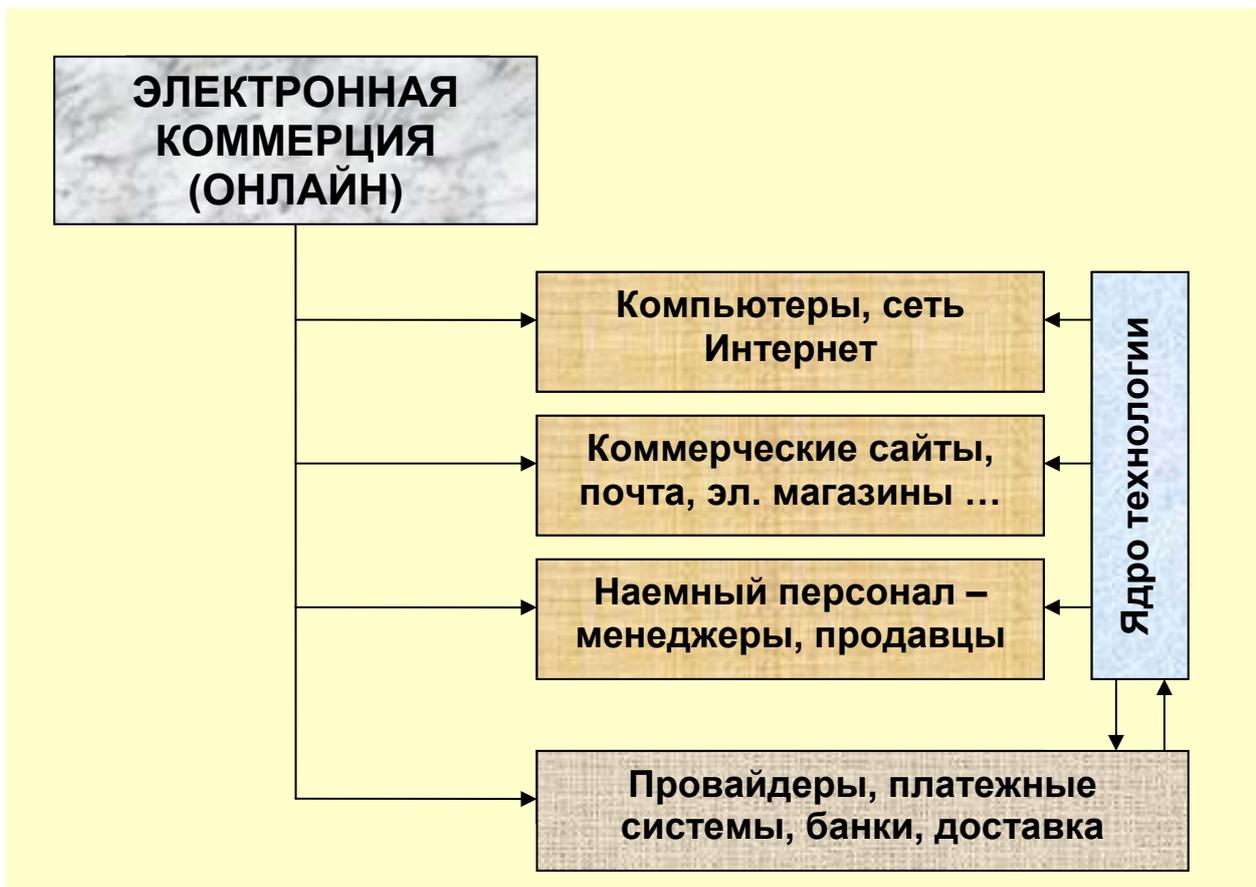


Рис. 1.6 Структурная схема технологии электронной коммерции

Наконец, на политической карте мира появляется новая «информационная империя», объединяющая все страны мира. Выражаясь образно, можно утверждать, что граждане всех стран получают паспорта «граждан страны Интернет».

В последнее время всем стало понятно, что роль информации в бизнесе существенно возросла. ***Информация превратилась в стратегический ресурс, от которого зависит конкурентоспособность фирмы.*** В действительности информация всегда была необходима для эффективного управления, но революция, произошедшая в коммуникационных системах, особенно с появлением Интернет, увеличила объем доступной информации и сделала процесс управления информацией более сложным и важным для фирмы. Информационные технологии увеличили возможности доступа к первичным источникам информации внутри компании и за ее пределами.

Бизнес информация – это основанная на фактах информация, которая может быть усвоена и преобразована в знания, которые могут быть использованы в бизнесе для получения прибыли.

Рассмотрим составные части **Интернет технологии**. Это понятие является широко используемым и весьма важным при создании современных систем ведения бизнеса.

Итак, выше было показано, что любая технология состоит из трех основных частей: материальной, программной и интеллектуальной, образующей быстро развивающееся ядро, а также внешней по отношению к ядру, инфраструктуры, с которой они взаимодействуют.

Нетрудно видеть, что **материальной основой интернет технологии** является сеть компьютеров (серверов, рабочих станций, коммуникационных каналов связи), подключенных к Интернету посредством различных каналов связи, в том числе, главным образом, и спутниковых.

Программная компонента Интернет технологии состоит из системного программного обеспечения – многоуровневых протоколов, осуществляющих функционирование различных пользовательских сетевых ресурсов, а также программ, непосредственно реализующих прикладные, специализированные и пользовательские компоненты Сети. В первую очередь к ним относятся Web-сайты различного назначения, в том числе и поисковые системы Интернет.

Как и во всякой другой технологии, функции **интеллектуального обеспечения Интернет технологий** осуществляют люди – владельцы сайтов, размещающие информацию, и пользователи Интернет, получающие информацию с этих сайтов.

Более интересным является определение рамок применения ядра Интернет технологии, то есть выделение ее инфраструктуры.

Инфраструктура Интернет технологии, без которой она функционировать не сможет, – это сеть ее поддержки, состоящая из провайдеров услуг, содержащих сервера, систему продажи доменных имен,

техническую поддержку, ремонт и безопасность технической и программной части ядра технологии. Наконец к инфраструктуре относятся вся виртуальная экономика, развивающаяся в рамках Интернет.

Как ни странно, но к инфраструктуре Интернет технологии нужно отнести и космическое пространство (эфир), по которому распространяются электромагнитные сигналы, с помощью которых образуются коммуникационные каналы Интернета, «оплетающие паутиной» всю планету. Без пространственно-временной среды реализация Интернет технологии была бы невозможна. В этой связи Интернет технологию нужно отнести к космической информационной технологии, поскольку элементом инфраструктуры данной технологии является космос.

На вопрос о том, является ли Интернет технология – высокой технологией, безусловно, следует дать положительный ответ, если учитывать опережающие темпы развития ядра по отношению к инфраструктуре, требующей громадным материальных затрат и значительного времени.

Электронная коммерция как Интернет технология. Информационные технологии обладают свойством иерархичности, как любая система. Одна технология может являться частью другой, или вложена внутрь другой технологии. Совершенно очевидно, что технология электронной коммерции может существовать только в рамках существующей Интернет технологии. То есть электронная коммерция как бы вложена в Интернет технологию. Естественно, что она использует ресурсы аппаратной, программной и интеллектуальной части Интернет технологии, а также ее инфраструктуру, но не всё.

К *аппаратной части электронной коммерции*, как технологии, относятся только компьютеры коммерческих сайтов и сайтов покупателей продукции, представленной на коммерческих сайтах. Постепенно аудитория электронной коммерции возрастает и имеет тенденцию приближения к аудитории всего Интернета. Однако следует сразу оговориться. Эта аудитория является системой, разделенной на громадное количество подсистем, которые принято называть коммерческими нишами. Как продавцы, так и покупатели обычно работают в одной или нескольких коммерческих нишах, в соответствии со своими специализацией и интересами. Как и в офлайне, в каждой коммерческой нише существует конкуренция, связанная с ограниченным объемом спроса на товары. В ней действуют обычные законы рыночной экономики. Отличием, только может являться таргетинг.

Таргетинг (англ. target — цель) — это рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям (целевую аудиторию), и показать рекламу именно ей <http://ru.wikipedia.org/wiki/Таргетинг>. Если в офлайне таргетинг ограничен районом, прилегающим к торговому предприятию, то в Интернет коммерции это может быть город, область, страна или группа стран, или весь мир.

Программная часть электронной коммерции также базируется на Интернет технологии, однако к ней относят и целый ряд специфических программ, таких как: продающие сайты, платежные системы, электронный банкинг, партнерские программы, списки рассылок, биржи труда, статей, сервисов, фотостоки, социальные сети, файлообменники, сервисы видеохостинга и т.д. Другими словами все те ресурсы, которые уже

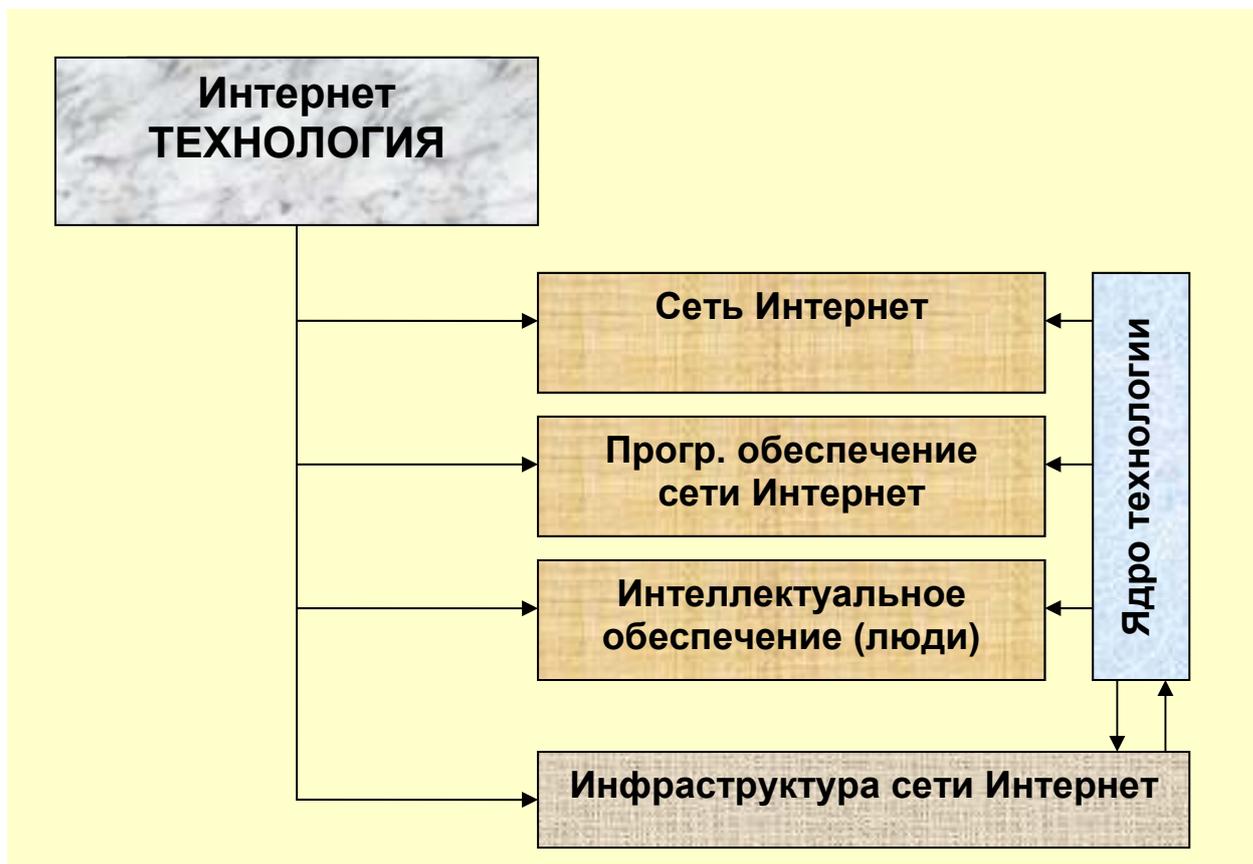


Рис. 1.7 Структурная схема Интернет технологии

используются или могут использоваться в коммерческих целях. Как использовать тот или иной ресурс, в какой мере и последовательности – от этого во многом зависит успех в электронной коммерции, но это еще не все.

Интеллектуальное обеспечение электронной коммерции, как обычно, представлено людьми, но не всеми пользователями, а только теми, кто ведет коммерческую деятельность в Интернете. По статистике успешных предпринимателей не более десяти процентов, от всех, кто пытается стать интернет бизнесменом.

Например, если в Рунете (с такгетингом, ориентированным на русскоязычную аудиторию) около 50 млн. пользователей Интернета, из них примерно 5 млн. пытаются заняться коммерческой деятельностью, то успешными предпринимателями являются всего лишь десять процентов из них, то есть всего 500 тысяч человек. Именно они, зарабатывают 90% всех электронных денег, вращающиеся в платежных системах Рунета. Если говорить об Украине, то в Юанете значительно меньше коммерсантов, поскольку они

предпочитают более дешевый и многопользовательский Рунет, поэтому грубая оценка говорит, что в информационном пространстве Украины работает и зарабатывает в Интернете примерно 1, 5 млн. коммерческих сайтов. Однако и в этом, сравнительно небольшом коммерческом Интернет пространстве 90% всех денег зарабатывают только 10% сайтов. Это примерно 150 тыс. достаточно крупных сайтов, таких как: www.ukr.net , www.bigmir.net, www.i.ua, www.rozetka.com, www.fotomag.com и др., в том числе сайты, продающие материальные и информационные товары за реальные и электронные деньги, а также поисковые системы Интернет.

Инфраструктура систем электронной коммерции представляет собой внешние сервисы, без которых она не может существовать. Во-первых, это Интернет технология, в рамках которой существует электронная коммерция, во-вторых, все сервисы Интернета, связанные с обслуживанием электронной коммерции. Сюда могут быть отнесены банки и телефонные компании, работающие с Интернет, сеть «пополняшек» электронных счетов, обменные пункты электронных денег, фирмы по доставке товаров и т.д.

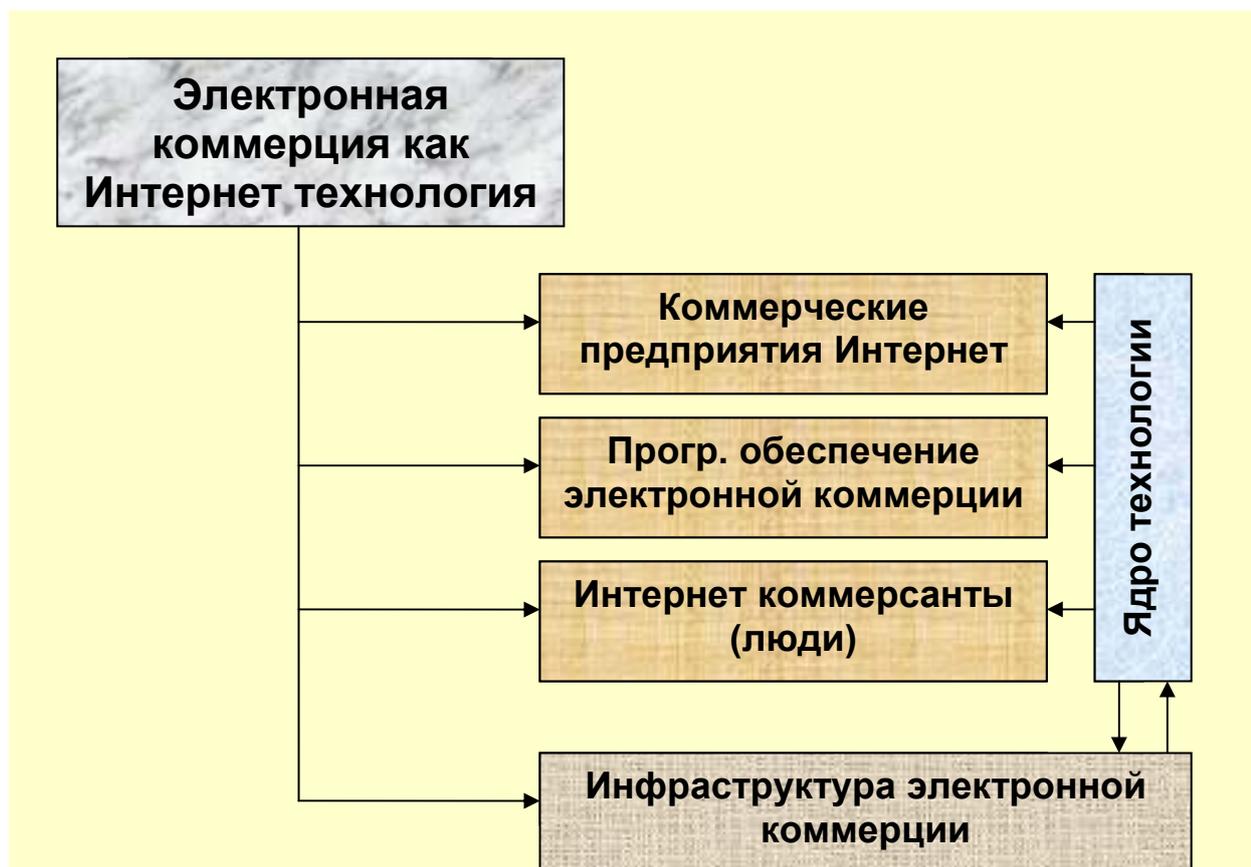


Рис. 1.8 Электронная коммерция как Интернет технология

1.3 Классификация коммерческих сайтов

Вопросы «к какой категории отнести коммерческий сайт», и «какие параметры сайтов необходимо учитывать при их классификации» являются одними из самых важных при выполнении маркетинговых исследований в Интернете. Обычно параметры сайтов выбираются из соображений простоты их определения. С этих позиций обычно выделяют такие параметры сайтов:

1. Язык изложения материала;
2. Необходимость регистрации на сайте для получения дополнительных материалов;
3. Получение полной информации о продукции предприятия;
4. Способы коммуникационной связи с компанией;
5. Возможность онлайн заказа и оплаты товаров на сайте;
6. Присутствие компании в социальных сетях.

Можно признать, что данные показатели выбраны достаточно удачно и хорошо характеризуют сайт, однако не достаточно полно. Они слабо учитывают технический уровень сайта и его коммерческую эффективность. В данной работе хотелось бы привести другие показатели сайтов, которые, по нашему мнению, представляют значительный интерес для исследований.

Вначале приведем общую классификацию всех сайтов, разделив их на 14 позиций (при желании можно применить большее количество классификационных признаков, например, включить сюда развлекательные, игровые, врезные, файлообменные, сайты эротического содержания и т.д., получившие достаточно широкое распространение в Интернете или более детально рассматривать назначение или содержание сайтов). Однако мы не будем этого делать по известным причинам, подразумевая, что эти сайты обычно относятся к личным сайтам или электронным магазинам. Итак, при сделанных оговорках общая функциональная классификация сайтов будет иметь следующий вид:

1. Поисковые системы, находящиеся наверху управляющей иерархии Интернета и выполняющие поиск информации по заданным запросам, классификацию и ранжирование сайтов Интернета.
2. Социальные сети, предоставляющие возможности создания бесплатных блогов и собирающие сотни миллионов пользователей, которые могут общаться между собой и свободно обмениваться имеющейся в Интернете информацией.
3. Крупные новостные порталы, предоставляющие кроме новостей услуги электронной почты и других сервисов для привлечения посетителей.
4. Биржи статей, фотографий и мультимедиа.
5. Корпоративные сайты, в которых приводится информация о компании, ее товарах и услугах, лента новостей, подписки на рассылки, список

- вакансий и другие элементы, о которых пойдет речь далее.
6. Сайты электронных платежных систем и банков.
 7. Интернет магазины, имеющие электронный каталог, сервисы сравнения товаров, личный кабинет, систему управления заказами и механизмы оплаты через платежные системы и т. д.;
 8. Сайты, предоставляющие услуги хостинга и другие информационные услуги, например, по раскрутке сайтов в Сети.
 9. Промосайты, предоставляющие рекламную информацию о товарах, услугах, акциях или проектах;
 10. Информационные и сервисные порталы или контент проекты, вокруг которых создаются виртуальные сообщества заинтересованных пользователей, организуется их общение в форумах, чатах и блогах, предлагаются различные рейтинги, голосования, обзоры, справочники, онлайн-консультации, вебинары и т. д.;
 11. Персональные (авторские) веб-проекты и блоги, представляющие интересы и результаты деятельности отдельной личности или небольшого коллектива людей.
 12. Продающие минисайты, в которых по определенному заранее известному алгоритму рекламируется и продвигается какой-либо один или несколько материальных или информационных продуктов, с немедленным переходом в платежные системы при нажатии пользователем кнопки «купить».
 13. Сайты, предлагающие бесплатные материальные и информационные продукты, в обмен на подписку пользователя на определенную почтовую рассылку, с целью увеличения подписной базы и увеличения целевой аудитории.
 14. Простейшие сайты – визитки, с телефонами для коммуникационной связи.

Далее, будем рассматривать отдельно **корпоративные сайты**, представляющих наибольший интерес по масштабам коммерческой деятельности, разделив их на восемь классификационных групп и в каждой группе от 2 до 5 подгрупп (которые целесообразно обозначить буквами):

1. Управление и развитие коммерческой деятельности корпорации:

- a. Позиционирование компании, бренда, материальных и информационных продуктов в Интернете;
- b. Предоставление информации о компании и ее бизнесе; поддержка отношений с бизнес партнерами и акционерами.

2. Маркетинговая информация:

- a. Предоставление первичной маркетинговой информации о компании, ее товарах, услугах, решениях и клиентах;

- b. Предоставление информации для электронных и печатных СМИ с помощью статей, почтовых рассылок, подкастов, видеокастов и RSS-лент;
- c. Продвижение корпоративных сайтов с помощью SEO, почтовых рассылок, банерной и контекстной рекламы, участия в форумах, социальных сетях и виртуальных сообществах, работы с блогами нужной тематической направленности, и т. д.

3. Продажа товаров, продуктов и услуг в Интернет:

- a. Прямые продажи через электронные магазины и электронные каталоги;
- b. Оформление заявок через веб-формы электронной корзины;
- c. Расширение отечественной и международной клиентской базы и рынков сбыта.

4. Электронная поддержка потребителей:

- a. Установление контактов с потребителями и составление клиентской базы данных;
- b. Составление электронных карточек данных о корпорациях-партнерах;
- c. Получение и обработка потенциальных сделок (лидов), составление отчетов типа «воронка продаж», фиксация сделок, отслеживание событий;
- d. Групповая и индивидуальная отправка писем и телефонограмм на различных стадиях обработки заказа;
- e. Консультирование, обучение, ответы на вопросы и прочие формы онлайн-поддержки клиентов.

5. Анализ предпочтений потребителей:

- a. Получение мнений, отзывов и комментариев на товары и недостатки их продаж;
- b. Проведение опросов клиентов и их анкетирование;
- c. Изучение особенностей поведения потребителей, их вкусов и предпочтений.

6. Он-лайн управление персоналом:

- a. Формирование и поддержка положительного имиджа корпорации на рынке труда;
- b. Поиск кандидатов на вакантные должности и организация конкурсов и тестирований при приеме новых сотрудников на работу;
- c. Формирование виртуальных сообществ из числа бывших сотрудников, лояльных клиентов и т. д.

7. Он-лайн управление финансами:

- a. Использование электронных платежных систем Интернета для оплаты товаров и услуг;
- b. Использование банковских информационных систем для отслеживания наличных и безналичных перечислений денежных средств;
- c. Доставка товаров и прием оплаты через почтовые службы;
- d. Автоматизация оформления сделок, сокращение цикла и увеличение объемов продаж и доходов.
- e. Размещения рекламы на сайте и снижение постоянных и переменных затрат.

8. Управление инфраструктурой и бизнес процессами:

- a. Получение информации непосредственно от клиентов для создания новых продуктов для различных социальных групп;
- b. Организация «виртуального офиса», интегрированного с мобильными средствами связи.
- c. Минимизация бумажного документооборота (безбумажного делопроизводства) за счет хранения документов в электронном виде, в том числе и на «внешних» по отношению к компании площадках;
- d. Расширение спектра решаемых задач за счет механизмов непосредственного обслуживания клиентов с помощью экстранет (предоставления клиентам компании «закрытой» информации, совершения скрытых сделок, поддержки принятия решений, создания системы взаиморасчетов и т. д.)

Даже при таком достаточно сложном разделении, любой взятый для исследования сайт, трудно будет отнести к какой-то одной классификационной группе. Однако этого и не нужно делать. Когда функциональные признаки известны, качество корпоративного сайта с точки зрения его функциональности будет определяться как типами, так и количеством классификационных признаков.

Например, пусть сайт A1 имеет следующий функционал по каждой группе и подгруппе: 1ab, 2abc, 3abc, 4abcde, 5adc, 6abc, 7abcde, 8abcd. По предложенной классификации данный корпоративный сайт имеет полный набор функциональных признаков. Если теперь взять сайт конкурента A2, то можно всегда определить какие функциональные признаки у него отсутствуют, например группы 1a, 4abcd, 5abc, 6abc, 7a, 8abcd.

Узнать о многом можно, например, по используемой системе управления контентом (CMS) на сайте <http://2ip.ru>. Например, если сайт A1 создан работает на CMS 1С-Bitrix, а сайт A2 – на CMS Joomla, то зная функционал этих популярных CMS можно с достаточной уверенностью говорить о невозможности реализации, например, полного набора функций электронной поддержки потребителей или, например, управления бизнес процессами и

финансами с помощью внутренних экстранет порталов.

Для серьезного анализа можно также выставить оценку по десятибалльной шкале Саати [12] для каждого классификационного признака, а для формализации можно, используя известные методы ранжирования и решения многокритериальных задач, привести анализируемые сайты к одному количественному признаку.

Для любого исследуемого сайта обязательно нужно также ввести еще хотя бы один классификационный признак, характеризующий посещаемость (или рейтинг) сайта. Например, с помощью программы Site Auditor можно получить большое количество характеристик сайта, например, PageRank в Google и ТИЦ в Яндексе, а также Alexa рейтинг. Получить эту информацию возможно даже, если на сайте не установлены или скрыты для внешнего просмотра счетчики посещаемости, что часто бывает на корпоративных сайтах. Но от поисковых систем трудно что-либо скрыть, поэтому полную информацию по этим вопросам можно найти в каталоге соответствующей поисковой системы. Например, мировой топ первой тысячи сайтов можно найти по адресу <http://www.google.com/adplanner/static/top1000/#>, для русскоязычных сайтов можно воспользоваться каталогом Яндекса <http://top1000ru.hotlog.ru/> или Alexa рейтингом, определенным программой Site Auditor, или соответствующими сервисами в Интернете.

Учет всех предложенных в данном разделе параметров сайтов будет в полной мере характеризовать как функциональные, так и рейтинговые характеристики, что позволит сделать полный анализ представительства корпораций в Интернете и в количественной форме выявить их конкурентные преимущества и недостатки.

Необходимо отметить, что имеется и весьма упрощенная классификация, которой обычно пользуются Web-студии для определения начальной цены разработки в зависимости от сложности реализации дизайна. По этой классификации все сайты делят всего на три категории:

- ✚ Сайты визитки (стоимость разработки в студии Web-дизайна до \$500);
- ✚ Корпоративные сайты (стоимость разработки в студии от \$500 до \$1000);
- ✚ Интернет магазины (стоимость разработки свыше \$1000).

Конечно, расширение функционала, добавление индивидуальности и креатива, по отношению к типовой конфигурации, имеющейся в соответствующей студии, может потребовать существенного увеличения затрат на реализацию проекта поскольку это всегда повышает объем работ и время, затрачиваемое программистами.

В электронной коммерции традиционно выделяют **четыре организационно-экономические модели:**

- 1) бизнес-бизнес или компания-компания (B2B);

- 2) бизнес-потребитель или компания-потребитель (B2C);
- 3) бизнес-администрация (B2A);
- 4) потребитель-администрация (C2A), имеются также и промежуточные модели, например (C2C).

Из этих моделей самое широкое распространение в Интернете и Рунете получила модель B2C, когда продажу товаров осуществляет бизнесмен – частному лицу, например www.fotomag.com.ua. Однако для промышленности особую важность имеет модель B2B, когда один бизнесмен или фирма осуществляет поставки товаров другому бизнесмену или фирме, например www.prom.ua.

Модели отличаются между собой не только названием или бизнес партнерами. Каждая модель строится по-разному, и имеет свои специфические особенности, которые можно более подробно прочитать в соответствующей литературе [6,7,16].

Индивидуальный и корпоративный бизнес. Как уже было отмечено выше, электронная коммерция является информационной Интернет технологией. Это означает, в частности, что если реализуемые товары являются также информационными (книги, видео, аудио уроки, рисунки, таблицы, базы данных, интеллект карты и т.д.), то возможна полная автоматизация большинства этапов коммерческой деятельности. Однако «бизнес на автомате» является нереализуемой утопией, так как без участия человека невозможно создание информационных продуктов, написания для них продающих текстов, создание и размещение в Сети рекламных баннеров, написание статей в блогах и некоторых других операций. Можно автоматизировать не только операции заказа товара, но и его оплату и доставку в электронном виде, а это уже существенно упрощает организацию и ведение бизнеса. Это, в первую очередь, относится к индивидуальной коммерческой деятельности в сети Интернет.

Что касается корпоративного бизнеса, занимающегося, в основном, продажами материальных товаров в Интернете, то их оплата реальными деньгами может быть автоматизирована путем использования специальных защищенных протоколов передачи денег по сети, электронных подписей и других механизмов, которые в настоящее время достаточно хорошо разработаны. Доставка товара может осуществляться на условиях аутсорсинга фирмами, специализирующимися именно на доставке товара. Примером может служить украинская фирма «Нова пошта», которая за сутки доставляет товар из Киева в любой из крупных городов Украины за умеренную плату.

Преимущества онлайн бизнеса. Если у вас появится желание заняться офлайн бизнесом (т.е. без использования Интернет), то вы первым делом должны рассчитать расходы на создание магазина продающего определенного вида товары. Приведем некоторые статьи расходов.

- ✚ Аренда и ремонт, покупка или строительство помещения магазина и расходы на сами товары;
- ✚ Закупка торгового оборудования и информационной системы учета товара, в том числе и кассового оборудования;
- ✚ Расходы на зарплату наемного управляющего персонала, бухгалтерии и продавцов, а также повышенные, связанные с этим налоги;
- ✚ Расходы на отопление, электроэнергию, воду, транспортные расходы.

Перечислим еще 10 причин, дающих ответ на вопрос: почему лучше зарабатывать деньги в Интернете, чем в офлайне (если, конечно, вам удастся победить в тяжелейшей конкурентной борьбе, в которой выигрывает 1 из 100, а остальные 99 –остаются практически ни с чем):

1. ***Чтобы начать зарабатывать в Интернете, не требуется начальный капитал.*** Это действительно так. Например, известна Ashley Quails http://en.wikipedia.org/wiki/Ashley_Quails. Эта девочка, живя в Иране, в 14 лет заняла у мамы 8 долларов на создание своего сайта, посвященному дизайну и спустя три года она переехала в США и ее доходы превысили 1.000.000 долларов в год. Конечно, это «красивая сказка», но в каждой сказке есть мораль. Возможности электронного бизнеса – безграничны.
2. ***Работать в интернете можно дома.*** Не нужно вставать рано, ехать в офис на работу и сидеть там весь день. Принцип такой: «Проснулся, оделся, и ты уже на рабочем месте». С одной стороны это плюс, но который сильно расхолаживает. Ведь уже нет необходимости приводить себя в порядок для того, чтобы выйти в люди, и нужны дополнительные волевые усилия для того, чтобы сесть за рабочий стол после всех утренних оздоровительных процедур, а не сразу.
3. ***Бизнес на дому эффективен из-за малых расходов.*** Нет расходов на аренду офиса, склада, магазина. Нет транспортных и почтовых расходов. Минимальные расходы на зарплату, оборудование и материалы. Все другие виды расходов также очень малы по сравнению с офлайн бизнесом.
4. ***Можно вести свой бизнес из любой точки планеты, где есть подключение к интернету.*** То есть в электронной коммерции вы не ограничены только районом проживания ваших постоянных клиентов. Вашими клиентами могут стать все пользователи Интернета на планете Земля, а их более двух миллиардов.
5. ***Можно совмещать бизнес с отдыхом на курорте, путешествовать, не отрываясь от бизнеса.*** Для убедительности посмотрите в Интернете великолепный фотоблог Сергея Доли «СТРАНИЦА ВИРТУАЛЬНЫХ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ» <http://sergeydolya.livejournal.com/> или блестящий фотоблог «ДРУГОЙ» <http://drugoi.livejournal.com/>. Убедитесь, что это действительно так, хотя для полноценной работы из любой точки нужно все же кое-что предусмотреть заранее. К примеру, лучше иметь свой ноутбук со всеми необходимыми программами, установленными на нем заранее, и

человека по месту работы, который будет оформлять посылки по почте, налоговую отчетность и т.д., пока Вы, например, будете в круизе.

6. ***Возможность охвата большого количества потенциальных покупателей.*** Людей в интернете действительно много и становится все больше, но трудность в том, что завлечь этих людей на Ваш сайт, особенно если он новый, не так просто, хотя и возможно, но для этого нужно многому научиться. Завлекать нужно не всех, а только так называемых целевых посетителей, потому что только они будут делать покупки на вашем сайте. Сайт, при этом, обязательно должен быть направлен на определенную большую аудиторию заданной тематики, например – «заработок в Интернет» (хотя таких сайтов большое количество, и нужно будет какими-то новшествами выигрывать конкурентную борьбу). Если этого не сделать, будет невозможно выделить из общей массы посетителей – целевую аудиторию. Невозможно будет создать подписную базу, и невозможно будет продавать ваши товары. Этому нужно учиться, и обучаясь, вы должны обучать тех, кто за вами пошел. Для этого вы должны стать лидером, позиционировать себя как специалист в выбранной области знаний, заслужить авторитет у целевых посетителей, и чтобы вас знали как специалиста, доверяли вам и следовали вашим рекомендациям, другими словами вам нужно «раскрутиться, как новому артисту в шоу-бизнесе, или как новому политическому деятелю». Нужно суметь сделать себе Имя. Сразу скажем, что это очень сложно, но возможно. В этом, собственно, и заключаются причины неудачи большинства интернет проектов. Осознавая это, достаточно мало людей остается в бизнесе, и переходит работать по найму.
7. ***Возможность безграничного наращивания бизнеса.*** Вы можете вкладывать полученную прибыль в расширение своих проектов и создания новых проектов. Есть онлайн предприниматели, которые работают с 30-40 тысячами сайтов, зарабатывая более миллиона долларов в день. Наберите в поисковике имя Терри Дин, и вы познакомитесь с пионером Интернет бизнеса, который написал сотни книг, делаясь своим бесценным опытом. Это он первым заработал миллион долларов за один день на продаже инфопродуктов.
8. ***Достаточно высокая безопасность ведения бизнеса.*** Она обусловлена спецификой бизнеса, требующего достаточно высокий уровень квалификации. С вашими бизнес предложениями знакомится только целевая часть ваших потенциальных покупателей, а незаинтересованные лица не пытаются разобраться в сущности ваших предложений. Вы имеете дело только с людьми, которых Вы сами выбираете. Конечно, высока вероятность мошенничества, особенно в сфере сетевого маркетинга, партнерских программ и рекламы. Поэтому нужно быть очень осторожным при вложении средств и хорошо знать людей, кому вы отдаете свои деньги.
9. ***И самое главное, ваша работа доставляет Вам удовольствие.*** Вы занимаетесь любимым делом, Вашим личным делом, «на себя, а не на дядю». Вы занимаетесь хоббизом – совмещением хобби и бизнеса. Никто Вас

не эксплуатирует, не принуждает, вы чувствуете себя не рабом, а хозяином. Вы сами себе хозяин. Вы работаете на себя.

10. *Раскрутив свой электронный бизнес, вы станете известным и богатым человеком, не отказывающим себе ни в чем.* Вы должны раскрутить свои проекты до уровня популярности, т.е. чтобы они стали пользоваться спросом у Вашей целевой аудитории. Иначе, все впустую. Ничего не получится. А что для этого нужно? Как и в любом бизнесе: целеустремленность, упорство, трудолюбие и везение.

Для сомневающихся в возможностях заработка на блоге за счет продажи рекламы и информационных товаров сделаем несколько ссылок на сайты лидеров Рунета <http://isif-life.ru> и <http://ktonanovenkogo.ru/>. Зайдите на эти сайты и убедитесь в реальных возможностях информационного бизнеса.

1.4 Выводы раздела 1

1. Появление Интернет технологий и электронной коммерции привело к необходимости расширения применения антропометрического подхода к понятию информации и знаниям, а также изменения подходов к информатике и бизнес информатике на основе обобщенного определения технологии и информационной технологии. Показано, что любая технология состоит из трех основных компонентов (аппаратной, программной и интеллектуальной) образующих ядро технологии и окружающей его инфраструктуры. При таком рассмотрении информационная технология определяется как единство находящихся во взаимодействии, аппаратного, программного и интеллектуального обеспечения, встроенных в сеть отношений, необходимых для их поддержки, а бизнес информатика определяется как наука об использовании информационных технологий в бизнесе. Интернет технология также рассматривается как информационная технология, но имеющая другие ядро и инфраструктуру, а электронная коммерция – как наука об использовании Интернет технологий в бизнесе. Думается, что такая трактовка основных понятий найдет понимание и поддержку у специалистов, не отягощенных грузом старых взглядов, считающихся «традиционными».

2. Организации используют бизнес информацию в четырех основных целях: для успешного функционирования, роста прибыли и расширения рынков; для снижения риска и уменьшения неопределенности принятия решений; для получения власти и средств воздействия на других; для контроля и оценки эффективности своей фирмы. Из них самой важной является снижение риска, поэтому, чем больше бизнес информации есть у компании, тем меньше уровень риска в ее последующих действиях, и фирмы, обладающие большим количеством информации, чем у конкурентов, будут иметь преимущество над ними. Главной движущей силой сбора и анализа бизнес информации является

повышение конкурентоспособности. Сейчас для эффективного использования информации фирмы чаще всего используют компьютерные и телекоммуникационные технологии. Однако все чаще стали признавать, что для этого фирмы должны обладать механизмами «трансформации» информации в знания и использования этих знаний как ресурса, аналогичного материальным, финансовым, программным или интеллектуальным. Пользу от использования бизнес информации и знаний можно описать как улучшение взаимоотношений с клиентами и поставщиками, оптимизацию операций в бизнесе, а также более быстрый доступ к ресурсам и услугам экспертов.

3. Далее в монографии рассматривается классификация коммерческих сайтов. Вначале приводится общая классификация, имеющая линейную структуру «от сложного - к простому». Затем более подробно рассмотрена классификация корпоративных сайтов, представляющие наибольший интерес по масштабам коммерческой деятельности. Предложено разделить корпоративные сайты на восемь классификационных групп, обозначаемых цифрами, и в каждой группе от 2 до 5 подгрупп, обозначаемых буквами. Например, если сайт имеет следующий функционал по каждой группе и подгруппе: 1ab, 2abc, 3abc, 4abcde, 5adc, 6abc, 7abcde, 8abcd, то по предложенной классификации данный корпоративный сайт имеет полный набор функциональных признаков, отвечающих самым передовым технологиям. Причем особенности web – дизайна в этой классификации не учитываются, чтобы не путать форму с содержанием и не загромождать классификацию малозначимыми признаками. Узнать многое о сайте для определения классификационных признаков можно по используемой системе управления контентом на сайте <http://2ip.ru>, с помощью программы Site Auditor <http://ei5.ru/programma-site-auditor/> и других ресурсов.

4. Приводятся отличия информационного бизнеса, которым занимается большинство индивидуальных предпринимателей, от продажи материальных товаров, обычно реализуемым в корпоративном секторе. Рассмотрены преимущества информационного онлайн бизнеса, перечислены 10 причин, дающих ответ на вопрос: почему лучше зарабатывать деньги в Интернете, чем в офлайне. Эта информация представлена для людей, высвобождающихся от работы на промышленных (например, горных) предприятиях, которые должны представлять себе, чем можно заняться и зарабатывать деньги не работая в шахте или на другом офлайн предприятии, которые в условиях рыночной экономики становятся нерентабельными и подлежат закрытию. Если люди поймут это и научатся зарабатывать деньги электронной коммерцией, то спадет социальная напряженность, вызванная реструктуризацией угольно-энергетической или горно-металлургической отраслей. И, как нам видится, это единственно правильный путь, требующий, однако, серьезной переквалификации и получения дополнительного образования в области электронной коммерции, что, собственно, и предусмотрено международным проектом TEMPUS ECOMMIS, в рамках которого написана данная книга.

РАЗДЕЛ 2

АНАЛИЗ КОНТЕНТА САЙТОВ ПРЕДПРИЯТИЙ МИНИСТЕРСТВА ЭНЕРГЕТИКИ И УГОЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КРАИНЫ

2.1 Сайт Министерства энергетики и угольной промышленности Украины

Угольная промышленность - одна из ключевых отраслей, обеспечивающая энергетику, металлургию и другие производства, а также население топливом и сырьём, является важнейшей составляющей промышленного потенциала Украины.

Міністерство енергетики та вугільної промисловості України (Міненерговугілля України) є центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України. Міненерговугілля України є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади у формуванні та забезпеченні реалізації державної політики в електроенергетичному, ядерно-промисловому, вугільно-промисловому, торфодобувальному та нафтогазовому комплексах (далі - паливно-енергетичний комплекс).

В целом не секрет, что угольная отрасль является дотационной, однако это не мешает большому количеству коммерческих компаний вести успешный бизнес на угольном и энергетическом рынке, что вселяет надежду на возрождение экономики Украины. Разработанная вертикально-интергированная модель взаимодействия угольной и энергетической отраслей, о которой подробнее будет сказано ниже, является примером правильного и эффективного решения проблем украинской энергетики.

Об этом, например, свидетельствует запись в новостной ленте сайта «Украинский бизнес портал» <http://ubp.com.ua/news/2012/10/01/66847/>.

«Шахтерам выделили 2 млрд. гривен 01.10.12. Об этом говорится в сообщении пресс-службы президента. Предполагается уменьшение объема выпуска ОВГЗ (Облигаций Внутреннего Государственного Займа) для финансирования “Нефтегаза” на 2,1 млрд. гривен до 9,9 млрд. гривен и увеличить на эти 2,1 млрд. гривен финансирование программы государственной поддержки угледобывающих предприятий до 9 901,8 млн. гривен. В пояснительной записке к законопроекту отмечается, что эти изменения сохранят согласованный с Международным валютным фондом дефицит госфинансов на прежнем уровне. Кроме того, в записке говорится, что, согласно государственному бюджету на 2012 год, господдержка угледобывающих предприятий на частичное покрытие расходов по себестоимости за январь-август должна была составить 4,422 млрд. гривен, но из-за тяжелого финансового состояния угледобывающих предприятий и с целью обеспечения выплаты заработной платы шахтерам и оплаты

потребленной электроэнергии, она оказались больше на 1,821 млрд. гривен. Как сообщалось, в конце сентября прошлого года Верховная Рада увеличивала финансирование Министерства энергетики и угольной промышленности на 1,056 млрд. гривен до 9,859 млрд. для выплат заработных плат шахтерам в 2011 году. Депутаты внесли изменения в госбюджет на 2011 и увеличили доходы и расходы госбюджета на эту сумму до 300,253 млрд. и 338,695 млрд. гривен соответственно».



Рис. 2.1 Главная страница сайта Министерства энергетики и угольной промышленности Украины <http://mpe.kmu.gov.ua>

2.2 «Угольный портал Украины» <http://ukrcoal.com/>

На главной странице сайта (рис. 2.2) представлен каталог всех (или, по крайней мере, большинства) предприятий, связанных с угольной отраслью. Всего по Украине их 347. По областям: Донецкая – 159 предприятий, Луганская – 120, Львовская – 23, Днепропетровская – 19 и т.д. Всего 12 областей.

В категории «Другой» приведено еще 254 предприятия, из них: заводов, выпускающих горношахтное оборудование – 149, предприятий торговли – 44, сбыта/поставки – 34, погрузки/транспорта – 14, холдингов – 8, угледобывающих – 3, обогатительных фабрик - 2.

Все категории предприятий представлены в виде гиперссылок на соответствующие страницы сайта. Главное меню сайта выполнено

горизонтальным и имеет две строки. Нижняя строка – набранная крупным шрифтом, содержит пункты: *Главная, Каталог предприятий, Объявления, Тендеры, Новости и Статьи*. Вторая (верхняя) строка главного меню содержит пункты: *Актуальные репортажи энергетической промышленности, Законы, Аналитика, Прайс-лист предприятий, FAQ, Контакты*.

В верхней части главной страницы находится логотип и название сайта, поле поиска информации на сайте и пункты: *Регистрация, Войти, Обратная связь*. Регистрация необходима для получения возможности публиковать после модерации объявления и новости на сайте. После регистрации посетитель для входа на сайт должен ввести свой логин и пароль. В разделе обратная связь, также для зарегистрированных пользователей, предоставляется возможность комментирования отдельных записей сайта (комментарии остаются закрытыми для всеобщего обозрения).

На боковой панели сайта, расположенной слева, имеется рисунок с надписью (рекламный слоган), характеризующей основное назначение сайта «Купить, продать и обменять уголь без посредников можно у нас!». Ниже располагаются анонсы последних новостей сайта под заголовком «Новости энергетики».

На основной панели, ниже каталога предприятий находятся разделы главной страницы сайта: Объявление (все, купить, продать); Последние зарегистрированные предприятия; Тендеры. На них расположены анонсы, которые раскрываются после щелчка по соответствующему заголовку.

В нижней части главной страницы находится Футер, на котором для удобства повторены главные пункты основного меню, ссылки на социальные сети: Facebook, В контакте, LiveJournal и Twitter, в которых подразумеваются наличия аккаунтов. Кроме того, имеется счетчик посещений, зарегистрированный в Liveinternet.ru, в котором три числа снизу вверх, означают соответственно количество посещений за последний день, за последние 24 часа и за последнюю неделю. Судя по приведенным числам, посещаемость сайта порядка 250 хостов в сутки. Более подробная статистика не доступна без пароля.

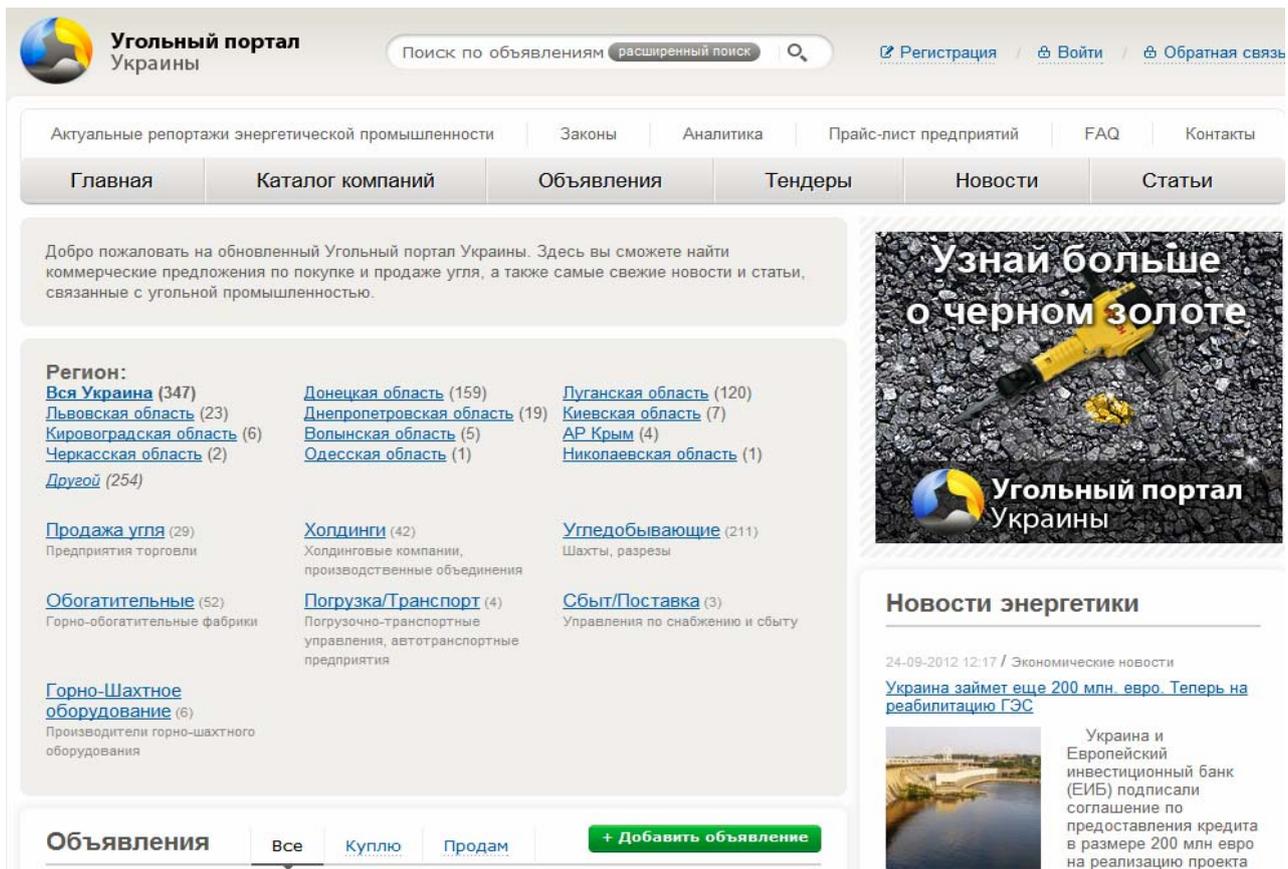


Рис 2.2 Главная страница сайта «Угольный портал Украины»
<http://ukrcoal.com/>

Используя имеющиеся в Сети сервисы и программы, можно получить более обширную информацию о сайте, в частности, что он создан на системе управления контентом (движке) Drupal, ранг сайта в Google – PageRank = 4, текущий индекс цитирования ТИЦ Яндекса = 650, количество записей, проиндексированных Google 307000, посетители – 100% из Украины. Сайт имеет всего 9 внешних ссылок (зафиксированных Google) и 19 ссылок из Яндекс блогов, что очень мало для отраслевого портала.

Сразу можно заметить малое количество посетителей на сайте из зарубежных стран, в частности из России (количество проиндексированных записей в Яндексе – всего 2000, против 307000 в Google). Ранее этот сайт квалифицировался Яндексом просто как «доска объявлений». Зарубежные специалисты практически не знают о существовании данного сайта, и не заходят на него, что противоречит «рекламному слогану» сайта по отношению к заграничным посетителям. Из этого следует, что сотни выгодных сделок с иностранными партнерами не были заключены, а это – многомиллионные убытки. Можно также отметить, что продвижением данного сайта в последнее время после его обновления еще серьезно не занимались.

Представленные данные иллюстрируются скриншотом программы Site-Auditor 2.40 (рис.2.3)

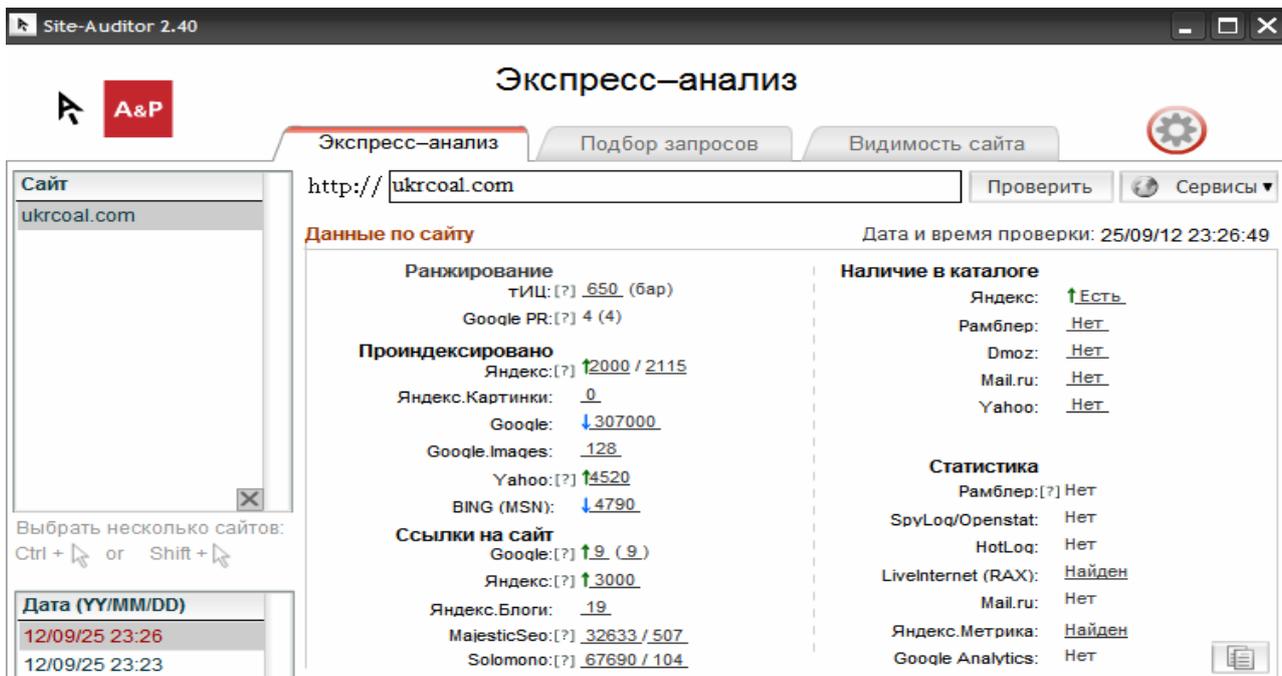


Рис 2.3 Скриншот экрана программы «Сайт аудитор»

Продолжим рассмотрение сайта «Угольный портал Украины». Выберем пункт основного меню «Каталог предприятий».

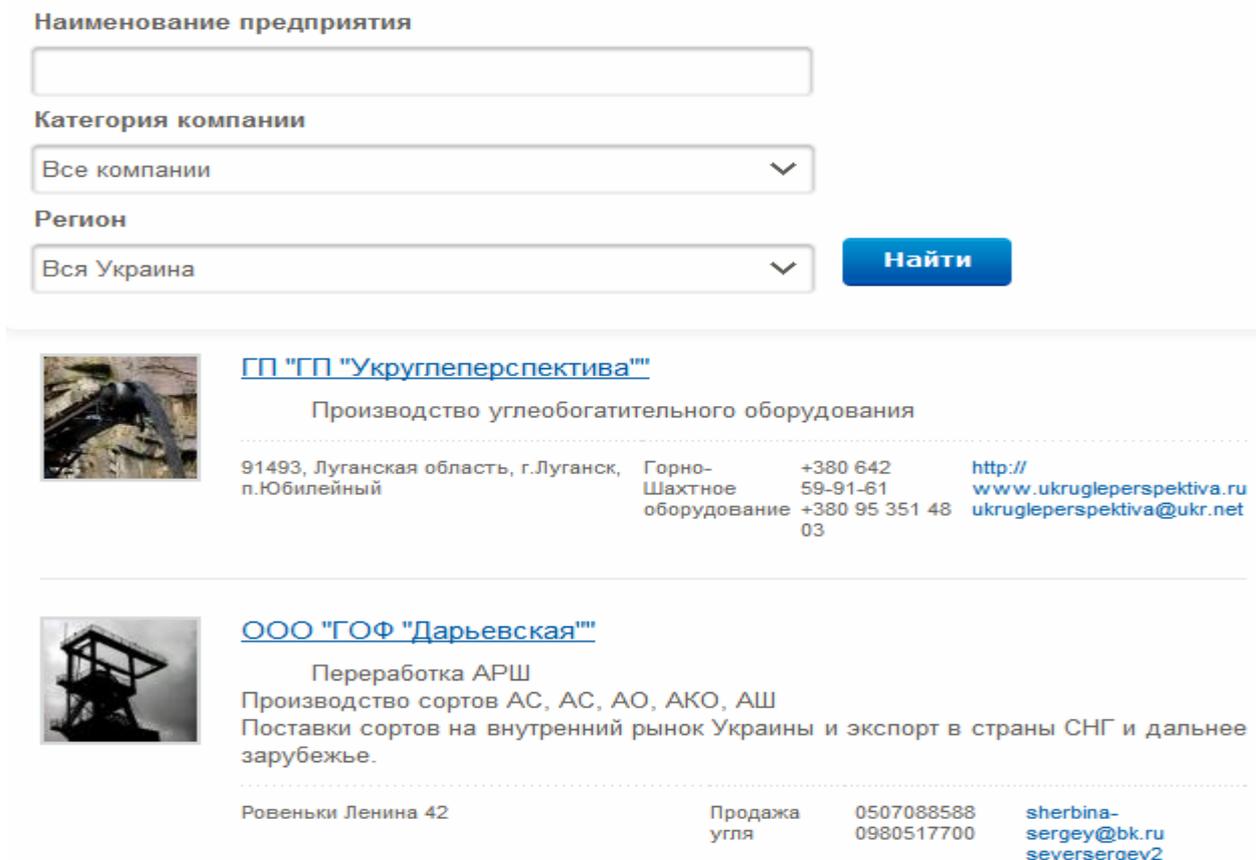


Рис.2.4 Скриншот части экрана страницы «Каталог предприятий»

Можно увидеть три поля выбора: *Предприятия, Категории* (их всего 8: *Все компании, Продажа угля, Холдинги, Угледобывающие, Обогажительные, Погрузка/Разгрузка, Сбыт/Поставка, Горно-Шахтное оборудование*) и *Регион* (здесь представлены пункты: *Вся Украина* и 25 областей, включая АР Крым).

2.2.1. Продажа угля на предприятиях Днепропетровской области

Например, мы можем узнать, какие предприятия Днепропетровской области занимаются продажей угля. Для этого в поле «Категория» выбираем пункт «Продажа угля», а в поле «Регион» - «Днепропетровская область». На рис.2.4 показан скриншот результатов выборки. Найдено всего два предприятия: *Частный предприниматель «ЧП»* и *ЧПКП «Повер»*. У первого предприятия мы обнаруживаем наличие сайта <http://briquettes.at.ua> и электронный адрес, у второго – только телефоны.

Заходим на сайт «ЧП» (рис.2.5) и видим довольно современный дизайн сайта, в цветовой гамме футбольной команды «Шахтер» Донецк, выполненный на бесплатном сервисе **ucoz**, с довольно оригинальным названием «Экономите сами? Экономьте с нами!» Адрес сайта представлен доменным именем третьего уровня. В правом углу можно заметить навязчивую рекламу ucoz (что не добавляет авторитетности сайту). Счетчики посещений демонстрируют низкий уровень посещений сайта – до 10 в день. Имеется несколько счетчиков посещений и сервис определения географии посещений. В основном – это Днепропетровская область, хотя имеется англоязычный перевод страниц сайта, что предполагает возможность торговли с зарубежными странами.

За все время работы сайта в Сети было зафиксировано около 3000 посещений, однако, сколько из них стало покупателями – неизвестно. Нужно отметить, что на сайте имеется нужная для покупателя маркетинговая информация по продаваемым товарам, однако деньги с помощью платежных систем Интернета на сайте не принимаются. Нет возможности оплаты переводом на банковский счет и по кредитным картам. Заказы оформляются только по телефону, нет информации по доставке товара и способах оплаты, что, на наш взгляд, является недостатками организации мелкооптовой торговли древесно-угольными брикетами, однако нет никаких сомнений, что присутствие предприятия в Интернете обеспечивает его доходную деятельность.

Среда, 26.09.2012, 07:28 | Приветствую Вас **Гость**

[Главная](#) | [Регистрация](#) | [Вход](#) | [RSS](#)

Экономите сами? Экономьте с нами!

Меню сайта

- > **Древесноугольные брикеты**
- > Топливные брикеты
- > Характеристики брикетов
- > Кружка-стартер
- > Видео
- > Фото
- > Сотрудничество
- > Цены
- > Контакты
- > English

Форма входа

 **Войти через uID**
[Старая форма входа](#)

Календарь

« Сентябрь 2012 »

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30



Что такое брикет из древесного угля или древесноугольный брикет?

Это древесный уголь, предварительно измельченный, смешанный с клеящим веществом органического происхождения и спрессованный под высоким давлением. Так в чем же преимущество наших древесноугольных брикетов перед углем и другими видами топливных брикетов?

1. Экономически более выгодны, так как имеют **меньший расход**.
2. Вы получаете топливо, имеющее однородный размер, и тем самым получаете **равномерный жар**.
3. Благодаря большей плотности, брикеты **горят дольше** в 2-3 раза, чем древесный уголь и занимают в 2 раза **меньше складского места**.
4. Брикет из древесного угля **не искрят при горении**, и являются прекрасным топливом для каминов.

Рис. 2.5 Сайт частного предпринимателя «ЧП», торгующего древесноугольгыми брикетами в Днепропетровской области.

2.2.2. Продажа угля на предприятиях Донецкой области

В Донецкой области имеется всего шесть предприятий по продаже угля, два из которых имеют сайты, причем у одного из них сайт выполнен на домене второго уровня www.apextorg.com. Зайдем на этот сайт ЧП "АпексТорг", рис 2.6. Предприятие занимается крупно-оптовой торговлей углем вагонными нормами, с таргетингом (целевой аудиторией) на Украину, СНГ, Европу и Азию. Анализ программного кода сайта показывает, что вначале он был выполнен на сервисе Google Blogger.com, после чего был переведен на платный коммерческий домен .com. Естественно, что сайту присущи все недостатки, отмеченные при анализе предыдущего сайта, особенно неясными являются вопросы оплаты и особенно доставки товара в Европу, где, как известно, железнодорожная колея уже, чем в странах СНГ.

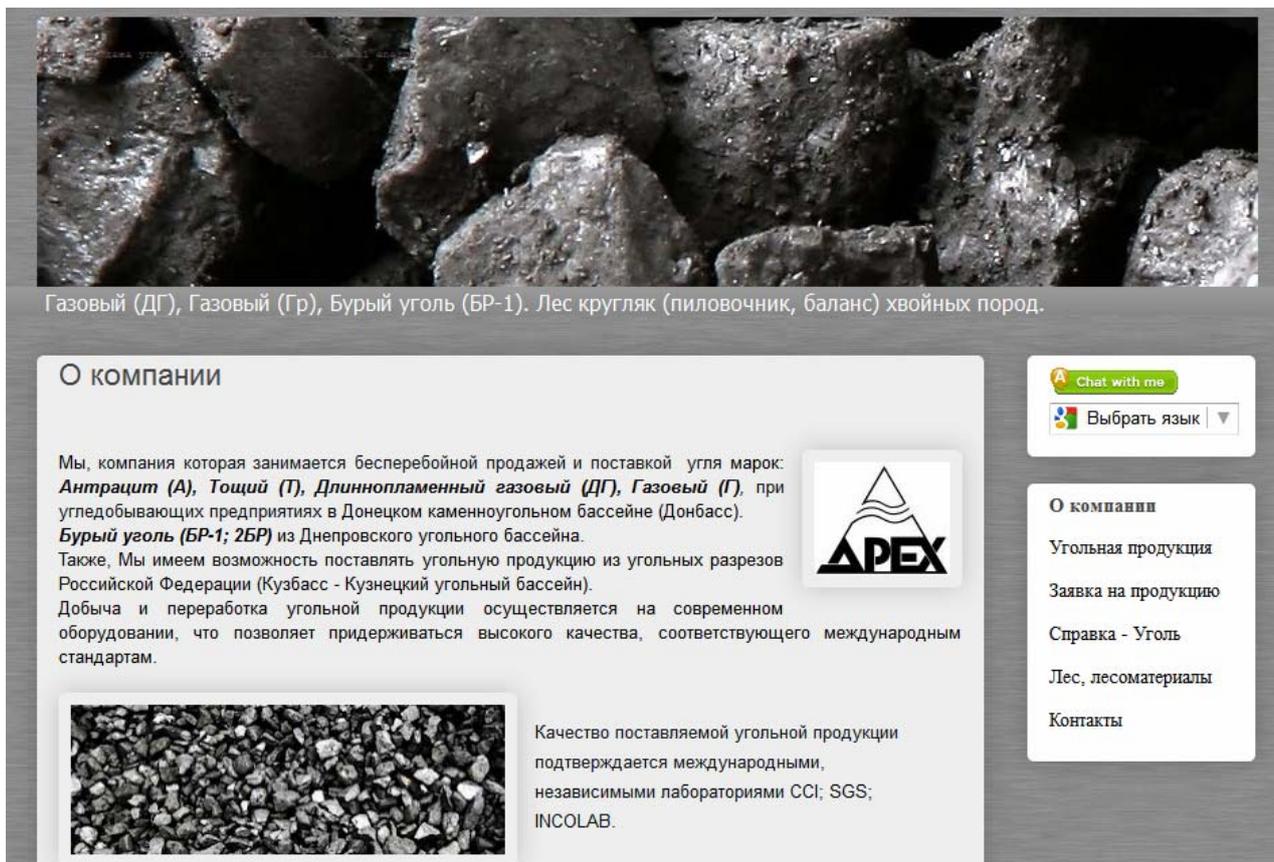


Рис. 2.6 Сайт компании www.apextorg.com.

Выполним краткий анализ второго продающего уголь сайта из Донецкой области ЧП «Донуголь» www.donugol.com.ua/ (рис. 2.7). Этот сайт выполнен в хорошей черно-оранжевой, «шахтерской» палитре цветов на популярной CMS Joomla, и размещен на домене третьего уровня (последнее не способствует поисковой оптимизации сайта). ЧП занимается крупно-оптовой поставкой угля с доставкой по «Укрзалізниці» с таргетингом на Украину, Россию, СНГ и Европу. На сайте есть возможность регистрации клиентов, слайдер в хедере, возможность изменять размеры шрифта, выбор языка перевода, однако скрыт счетчик и география посещений.

Как и в ранее рассмотренных сайтах, не смотря на использование одной из лучших CMS Joomla, сайт страдает все теми же недостатками, связанными с отсутствием четкой информации по оплате и доставке товара. Вся работа построена по примитивной схеме и сводится к контактам с клиентами по телефону и электронной почте, имеется также стандартный механизм для ввода сообщений (обратная связь с клиентом). Отдельно следует отметить, что как и в ранее рассмотренных сайтах, отсутствует форма почтовой рассылки и партнерская программа.



Рис.2.7 Сайт ЧП «Донуголь» www.donugol.com.ua/

2.2.3. Продажа угля на предприятиях Луганской области

Продолжим анализ продающих сайтов, данные о которых приведены на Угольном портале Украины. Рассмотрим предприятия Луганской области. Всего имеется информация о 10 компаниях, причем сайты есть у семи. Среди них на доменах второго уровня – три. Все они размещены в домене .com и четыре в домене третьего уровня – com.ua (последнее, как уже отмечалось, не способствует популярности сайтов в поисковых системах, особенно в Google и Yandex). Краткая характеристика сайтов компаний приведена ниже. Все сайты выполнены профессионально. 4 сайта – студийной разработки (из кодов убраны все признаки использования какой-либо CMS). Создается впечатление, что эти сайты разработаны в студиях по шаблону (хотя шаблон красивый и весьма удачный для угольных предприятий) поэтому они как бы лишены индивидуальности.

Один сайт на Joomla (входить на него небезопасно из-за вирусной атаки). Один сайт отключен хостинг провайдером и отсутствует в Сети по неизвестной

причине. И один сайт на CMS Drupal находится в рабочем состоянии, однако его дизайн и содержание оставляют желать лучшего.

1. ООО «РЕСУРСКОМПАНИ» <http://www.resurskompani.com> CMS – определить не представляется возможным. Студия ArtEast <http://www.arteast.in.ua/>
2. ООО “ТПК “ "Регион-Восток" <http://region-vostok.com/> CMS – определить не представляется возможным.
3. ООО "Пресс-постач Украина" <http://prespostach.com/> продает оборудование, CMS – Joomla (сайт распространяет вирус).
4. ООО "ООО "УКРСПЕЦПОСТАЧ" <http://usp-company.com.ua> CMS – определить не представляется возможным. Студия ArtEast <http://www.arteast.in.ua/>
5. ООО "Торговый Дом «Антрацит»" <http://antracit.com.ua/> Сайт не работает. CMS – определить не представляется возможным.
6. ООО ГОФ "Центральная" <http://ru.centralnaya.com.ua/> CMS - Drupal
7. ООО "КАРБОПЛАСТ" <http://carboplast.com.ua/> CMS – определить не представляется возможным. Студия ArtEast <http://www.arteast.in.ua/>

Приведем наилучший, по нашему мнению сайт, отличающийся от других по дизайну (слайдер с великолепно подобранными фотографиями, например, Мика Ньютон в шахте, рис. 2.8) и содержанию – имеются такие элементы, как заявка на покупку угля, формы договора на поставку угля по Украине и форма внешнеэкономического контракта, которые можно скачать в формате Word и заполнить. На сайте в разделе «Онлайн тариф» имеется работающая программа «ТМ карта» по расчету стоимости перевозки угля (рис. 2.9).

Интерес также представляет информация для пользователей, приведенная в одноименном разделе, которую мы приведем ниже в полном объеме в разделе 2.2.3.1, так как она дает нужные знания и способствует правильному принятию решения о покупке угля.

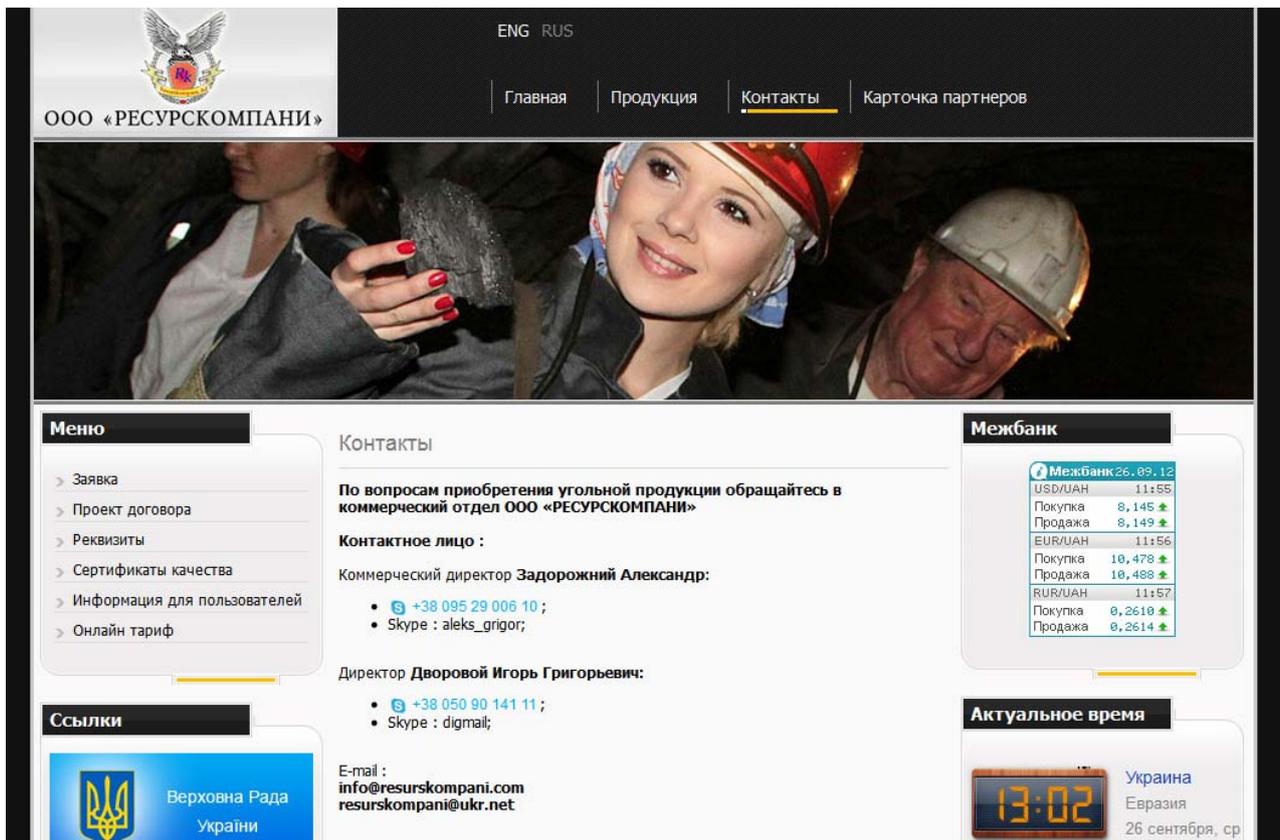


Рис.2.8 Главная страница (лучшего) сайта ООО «Ресурскомпани»

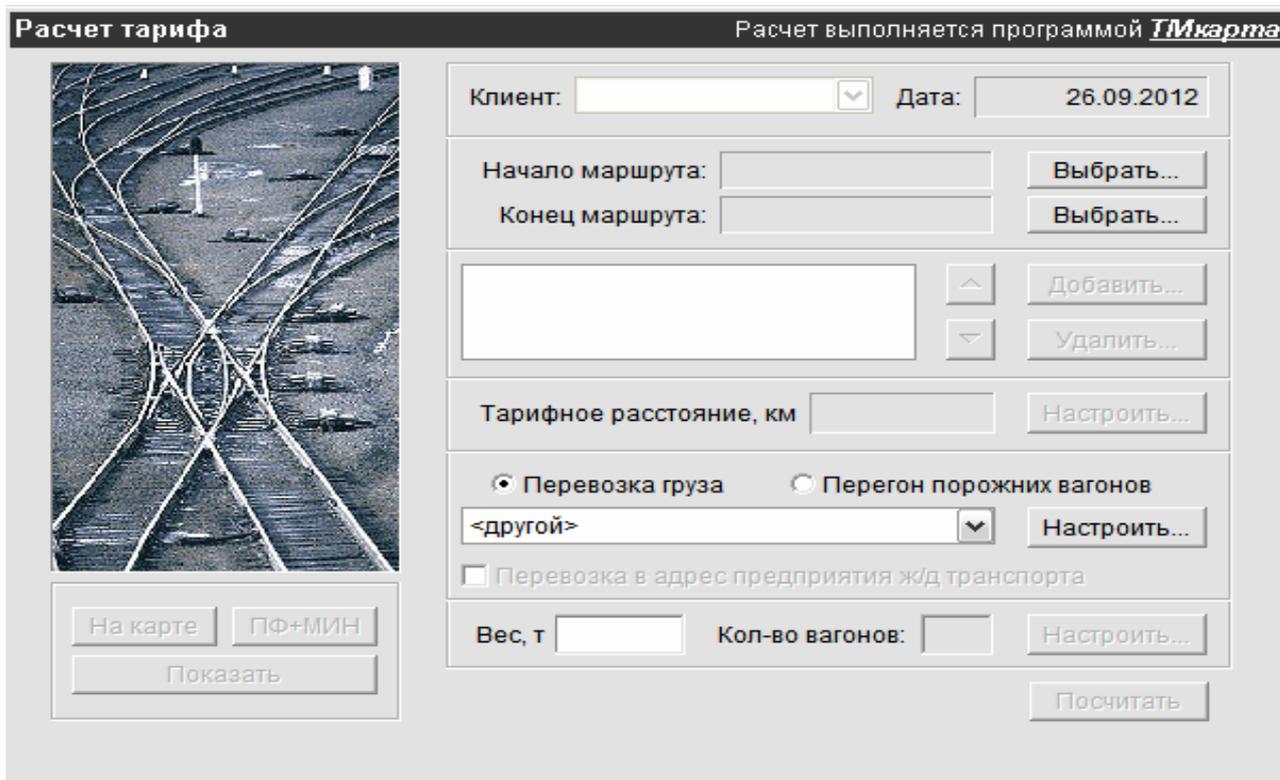


Рис 2.9 страница с программой расчета тарифа на перевозку

2.2.3.1. Информация для пользователей об угле

Антрацит (от лат. anthracites, из др. - греч. ἄνθραξ «уголь; карбункул») — самый древний из ископаемых углей, уголь наиболее высокой степени углефикации. Характеризуется большой плотностью и блеском. Содержит 95% **углерода**. Применяется как твердое высококалорийное **топливо** (теплотворность 6800—8350 ккал/кг).

Антрацит – это самый древний ископаемый уголь. По своим характеристикам и свойствам антрацит более всего похож на каменный уголь. Их разница, правда, заключается в том, что в составе антрацита больше углерода (более 90%). То есть, это значит, что антрацит более горючее вещество, чем используемый нами обычно уголь. По цвету он бывает как бархатным, так и железно-черным и обязательно со стальным блеском. Если говорить о горении антрацита, то он горит только при сильной тяге воздуха. Причем горит либо почти без пламени или иногда даже и вовсе без него. Стоит также заметить, что горит антрацит не только без пламени, но без запаха и без дыма. Но при этом он не спекается. По своей характеристике антрацит тверже каменного и бурого угля. Хотя так же, как и они, он является продуктом медленного гниения растений и получается из того, что они образуют после разложения. Иногда можно встретить залежи антрацита совсем рядом с залежами каменного угля. Также иногда антрацит представляет собой один из видов естественного кокса.

Ценность антрацита заключается, прежде всего, в природе его происхождения. В частности, такого процесса как метаморфизм. Обычно уголь представляет собой закаменевшие растительные остатки, а у антрацита эти остатки максимально преобразованы, поэтому их практически невозможно обнаружить и идентифицировать. Образовался он приблизительно в геологических системах от девона до триаса, и в общей структуре ископаемых углей его доля незначительна и составляет приблизительно до 3% от общего объема.

Разведанные мировые запасы антрацита — 28,2 млрд. т, в том числе в **России** — 6,7 млрд. т. Основные угленосные бассейны: Пенсильванский (США), Альберта (**Канада**), Витбанк (**ЮАР**); на **Украине** — восточная часть Донецкого бассейна. В России — Кузнецкий, Тунгусский, Таймырский бассейны, Горловский бассейн, Восточный Донбасс.

Антрацит используется в энергетике, чёрной и цветной металлургии, а также для производства адсорбентов, электродов, электрокорунда, микрофонного порошка.

ОПРЕДЕЛЕНИЯ РАЗЛИЧНЫХ СОСТОЯНИЙ ТОПЛИВА

1. **Рабочее состояние топлива (верхний индекс r)** – состояние топлива с таким содержанием влаги и зольностью, с которыми оно добывается, отгружается или используется.
2. **Аналитическое состояние топлива (верхний индекс a)** – состояние топлива, характеризуемое подготовкой пробы, в которую включается размол с крупностью зёрен менее 0,2 мм (или другими размерами, предписанными специальными методами анализа), и приведением ее в равновесие с условиями лабораторного помещения.
3. **Сухое состояние топлива (верхний индекс d)** – состояние топлива без содержания общей влаги (кроме гидратной).
4. **Сухое беззольное состояние топлива (верхний индекс daf)** – условное состояние топлива, не содержащего общей влаги и золы.
5. **Влажное беззольное состояние топлива (верхний индекс af)** – условное состояние топлива без содержания золы, но с влажностью (влагоемкостью), соответствующей данному состоянию топлива).
6. **Классы угля**

Классификация угля Украины (ДСТУ 3472-96)

Марка угля	Обозначение	Классификационные показатели				
		Средний показатель отражения витринита $R_o, \%$	Выход летучих веществ $V_{daf}, \%$	Толщина пластичного шара $Y, \text{мм}$	Индекс $R_{90} R_I$	Теплота сгорания $Q_s \text{ af}, \text{МДж/кг}$
Бурый	Б	менее 0,4	50-70	-	-	менее 24*
Длиннопламенный	Д	0,4-0,6 (включительно)	35-50	менее 6	-	-
Длиннопламенный газовый	ДГ	0,50-0,80	35-48	6-9 (включительно)	-	-
Газовый	Г	0,50-1,00	33-46	10-16	-	-
Жирный	Ж	0,85-1,2	28-36	17-38	-	-
Коксовый	К	1,21-1,6	18-28	13-28	-	-
Отощенный спекающийся	ОС	1,30-1,90	14-22	6-12	13-50 (включительно)	-
Тощий	Т	1,60-2,59	8-18***	менее 6	более 13	35,2-36,5
Антрацит	А	2,6-5,60	менее 8	-	-	менее 35,2

* Теплота сгорания приведена на влажное состояние $Q_s \text{ af}$

**При показателе отражения витринита менее 0,85% и толщине пластичного шара более 16 мм уголь относится к марке Г

*** При выходе летучих веществ менее 8% и теплоте сгорания более 35,2 Мдж/кг уголь относится к марке Г

Применение Антрацита

- ✚ заменитель кокса в металлургии и металлообработке (литейное, доменное, ферросплавное, кузнечное и др. производства, выплавка цветных металлов);

- ✚ заменитель коксовой мелочи в металлургии (производство агломератов железной руды и железорудного окатыша);
- ✚ заменитель кокса в химических производствах (карбиды кальция и кремния, фосфора, соды, сернистого натрия и др.);
- ✚ заменитель кокса в производстве стройматериалов (обжиг известняка, доломита, гипса и др.);
- ✚ производство термоантрацита;
- ✚ производство электродной продукции (угольных и углеграфитовых боковых и подовых/катодных блоков, электродной массы, электродов и др.), используемой в цветной и черной металлургии, ферросплавном, химическом, электросталеплавильном производств;
- ✚ теплоизоляционная шихта и крновая пересыпка в процессе графитации электродного производства;
- ✚ карбовосстановитель для получения высокоуглеродистых материалов в металлургических производствах;
- ✚ карбонизатор для производства стали в мартеновских и конверторных печах;
- ✚ карбюризатор для производства синтетического чугуна в электро- и индукционных печах;
- ✚ карботопливо для агломерации руд черных и цветных металлов;
- ✚ производство электрокорунда для абразивной промышленности;
- ✚ производство пластмасс;
- ✚ добавки в коксохимическом, цементном, стекольном и др. производствах.
- ✚ производство сорбентов;
- ✚ производство адсорбентов;
- ✚ заменитель кокса в производстве сахара.
- ✚ Антрациты данного класса находят свое применение в энергетике:
- ✚ пылевидное сжигание;
- ✚ слоевое сжигание;
- ✚ топливо для коммунально-бытовых нужд.

Приведем также простую и удачную форму онлайн заявки (рис 2.10) на поставку угля, с сайта <http://region-vostok.com>

Телефон:  +38 099 957 44 51
 Факс: +38 064 333 02 87

Адрес: г.Луганск, пл. Героев ВОВ, д.6, оф.43
 Почтовый индекс: 91016

ОФОРМИТЬ ЗАЯВКУ НА ПОСТАВКУ УГЛЯ:

Организация:

Контактное лицо:

E-mail:

Телефон:

Мобильный телефон

Марка угля:

Объем поставки:

Ж/Д станция поставки:

Комментарий к заказу:

Или прислать мэйл на адрес: RegionVostok@yandex.ua

Рис. 2.10 Онлайн заявка на поставку угля с сайта <http://region-vostok.com>

2.2.4. Продажа угля на предприятиях других областей Украины

Рассмотрим вопросы присутствия в Интернете компаний, торгующих углем, из других областей. Их не так много, всего четыре. Всего, из 44 предприятий Минуглепрома, торгующих углем, только 14 (32%) имеют свои сайты.

Информация об используемых методах создания сайтов приведена ниже.

1. "Уголек" <http://ugolek.com.ua/> Вэб-страница, созданная в HTML
2. ООО "ПРОМЫШЛЕННЫЙ РЕСУРС" <http://www.promresurs.kiev.ua/>. Сайт, ранее созданный в сервисе usoz и в дальнейшем переименованный.
3. ООО "Энергетическая инвестиционная компания" <http://eic.in.ua> CMS Drupal
4. ЧП "Черное Золото" <http://black-gold.com.ua/> CMS Wordpress, тема Blackgold собственной разработки студия Вэб дизайна <http://re-bit.com.ua/>

Особо следует выделить сайт ЧП «Черное золото» (г. Одесса), выполненный в великолепном дизайнерском стиле в CMS Wordpress, однако по содержанию - это сайт-визитка.

Заслуживает особого внимания сайт, выполненный на CMS Drupal, ООО "Энергетическая инвестиционная компания" <http://eic.in.ua>, продающая бурый уголь. На главной странице сайта представлена информация о стоимости и условиях поставки бурого угля в Украине и других странах, из которой следует вывод о выгоде экспорта бурого угля. На сайте, в частности, отмечается:

«Энергетическая инвестиционная компания» является надежным партнером и гарантирует:

- Бурый уголь собственной добычи по оптимальной цене (220 грн на условиях FCA);
- Наименьшая стоимость одной килокалории по сравнению с бурым углем производства других стран;

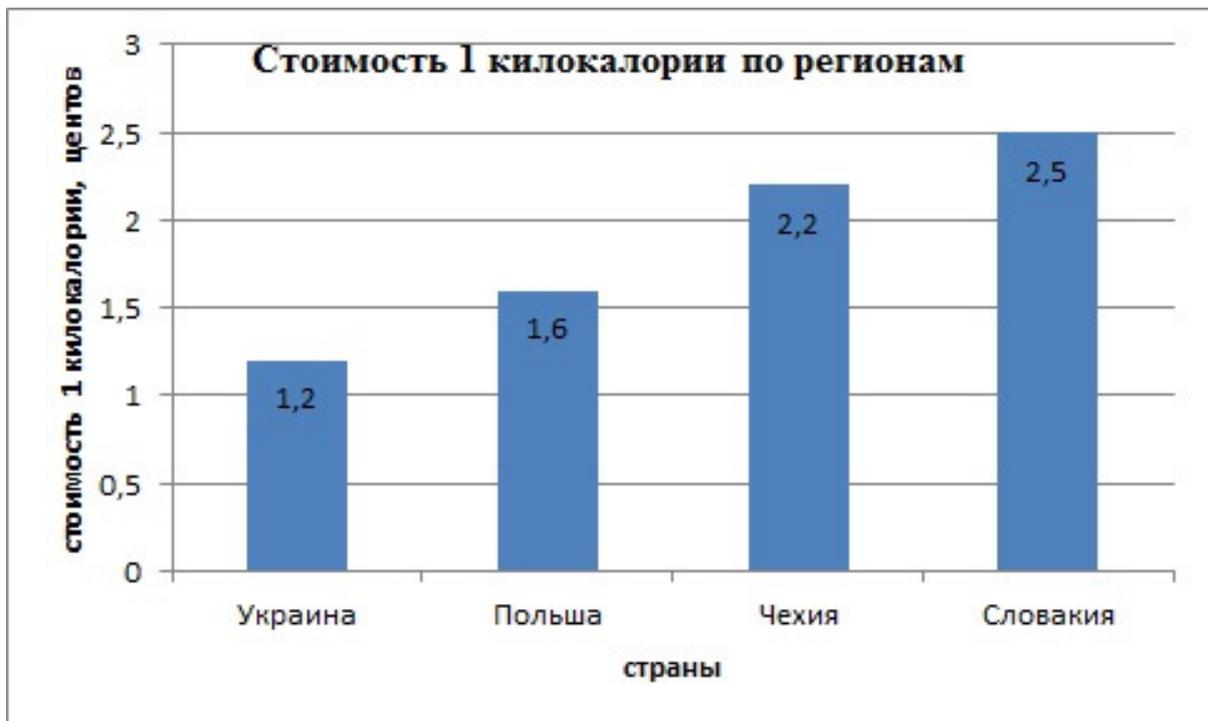


Рис. 2.11 Стоимость 1 килокалории бурого угля по странам Европы

- Отгрузка в течении одного рабочего дня с момента принятия заявки;
- Объемы отгрузки бурого угля до 50 тыс. т. в месяц;
- Различные условия поставки (EXW, FCA, DAP, FOB);
- Наличие разработанных технологий и технических условий (ТУ) на изготовление смеси каменного и бурого угля для пылевидного сжигания в пылеугольных котлоагрегатах;
- Гибкие условия сотрудничества.

Для понимания условий поставки, необходимо ознакомиться с приведенным ниже документом, регламентирующим эти условия на международном уровне <http://usp-company.com.ua/ehksport.html>

2.3. Инкотермс 2010 в Украине <http://incoterms.zed.ua/ru/home>

Группа Е Отправления	EXW	Любые виды транспорта	Франко завод (название места)
	FCA	Любые виды транспорта	Франко перевозчик (название места назначения) прим. Франко = свободный
Группа F Основная перевозка	FAS	Морские и внутренние	Франко вдоль борта судна (название места)

		водные перевозки	порта отгрузки)
	FOB	Морские и внутренние водные перевозки	Франко борт (название порта отгрузки)
Группа С Основная перевозка оплачена	CFR	Морские и внутренние водные перевозки	Стоимость и фрахт (название порта назначения)
	CIF	Морские и внутренние перевозки водные перевозки	Стоимость страхования и фрахт (название порта назначения)
	CPT	Любые виды транспорта	Фрахт\перевозка оплачены до (назначения места назначения)*
	CIP	Любые виды транспорта	Фрахт\перевозка и страхование оплачены до (...название места назначения)
Группа D прибытие	DAT новый	Любые виды транспорта	Поставка на терминале (... название терминала)
	DAP новый	Любые виды транспорта	Поставка в пункте (...название пункта)
		Любые виды транспорта	Поставка с оплатой пошлины (...название места назначения)
	DES	Любые виды транспорта	Поставка с судна (...название порта назначения)
	DEQ	Любые виды транспорта	Поставка с пристани (...название порта назначения)
	DDU	Любые виды транспорта	Поставка без оплаты пошлины (...название места назначения)
	DAF	Любые виды транспорта	Поставка до границы (...название места поставки)

2.4 Коды УКТ ВЭД (коды ТН ВЭД Украины) Груп. 27 http://ariam.kiev.ua/opredelenie_koda_tovara

Код группы	Наименование товара
27	Энергетические материалы; нефть и продукты её переработки; битуминозные вещества; воски минеральные
2701	Уголь каменный; брикеты, котуни и аналогичные виды твёрдого топлива, изготовленные из каменного угля:
270111	антрацит:
2701111000	с ограниченным выходом летучих веществ (в пересчёте на безминеральную основу) не больше 10 % масс
2701119000	другое
270112	битуминозный уголь
2701121000	уголь для коксования
2701129000	другое
2701190000	каменный уголь, другое
2701200000	брикеты, котуни и аналогичные виды твёрдого топлива, полученные из каменного угля.

2.5. Донецкая угледобывающая компания Украины www.dtek.com

Анализ коммерческих сайтов из списка Минуглепрома Украины следует дополнить сайтами крупных частных корпораций, поскольку большое количество шахт и холдингов находится в частной собственности. Обратимся к рассмотрению сайта www.dtek.com, (рис.2.12).

ДТЭК (укр. ДТЕК, англ. DTEK – Донецкая топливно-энергетическая компания) — энергетическое подразделение System Capital Management, крупнейшей бизнес-группы Украины, которое представляет собой вертикальную интеграцию предприятий, создающих производственную цепочку от добычи и обогащения угля до генерации и дистрибуции электроэнергии. Предприятия ДТЭК и Корпоративный центр, на которых работают более 100 тыс. человек, находятся в Донецкой, Днепропетровской, Запорожской, Луганской, Львовской, Ивано-Франковской, Винницкой областях, Крыму, г. Киев и в Ростовской области России <http://ru.wikipedia.org/wiki/ДТЭК>

ДТЭК является ключевым игроком угольной отрасли Украины. Производственные мощности сегмента угледобычи ДТЭК представлены шестью крупнейшими предприятиями отрасли – ПАО «ДТЭК Павлоградуголь» (10 шахт), ООО «ДТЭК Добропольеуголь» (5 шахт), ООО «ДТЭК Ровенькиантрацит» (6 шахт), ООО «ДТЭК Свердловантрацит» (5 шахт), ПАО «ДТЭК Шахта Комсомолец Донбасса» (1 шахта) и ОДО «Шахта «Белозерская» (1 шахта). Кроме того, в сегмент обогащения входит одиннадцать обогатительных фабрик.

ДТЭК добывает энергетический и коксующийся уголь, который обогащается на собственных предприятиях. Компания обладает широкой линейкой товарной продукции, которая включает в себя угольные концентраты для энергетических целей и на коксование, а также сортовое топливо для коммунально-бытовых нужд.

Предприятия сегмента добычи и обогащения угля ДТЭК характеризуются высокой эффективностью производственных процессов. По сравнению с другими предприятиями отрасли, они демонстрируют более высокую производительность труда при низкой себестоимости добычи и обогащения.

На рис 2.13 представлен скриншот страницы сайта «Добыча и обогащение угля», из которой модно видеть какие холдинги и шахты входят в эту корпорацию.

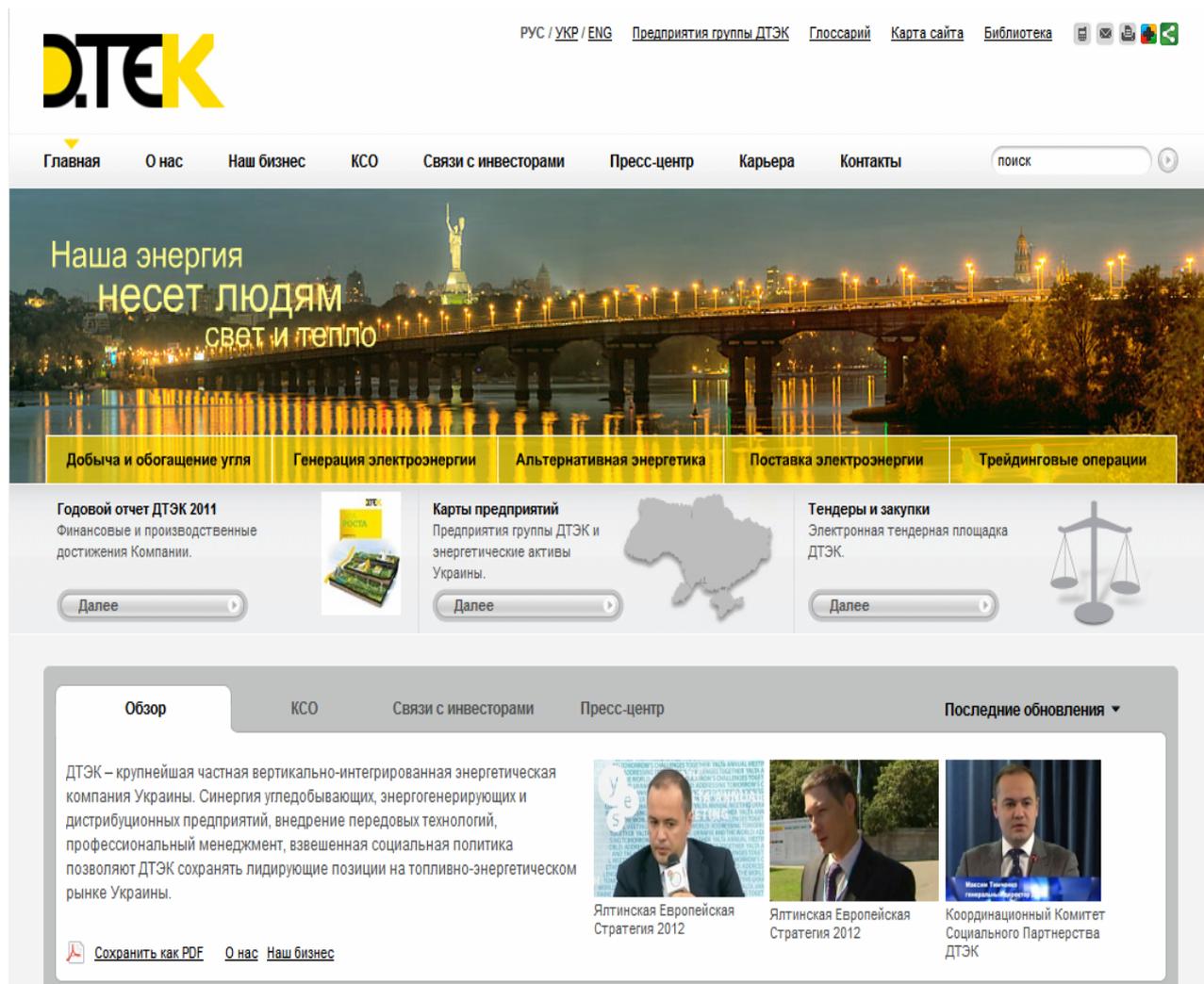


Рис.2.12 Главная страница сайта Донецкой топливно-энергетической компании ДТЭК www.dtek.com

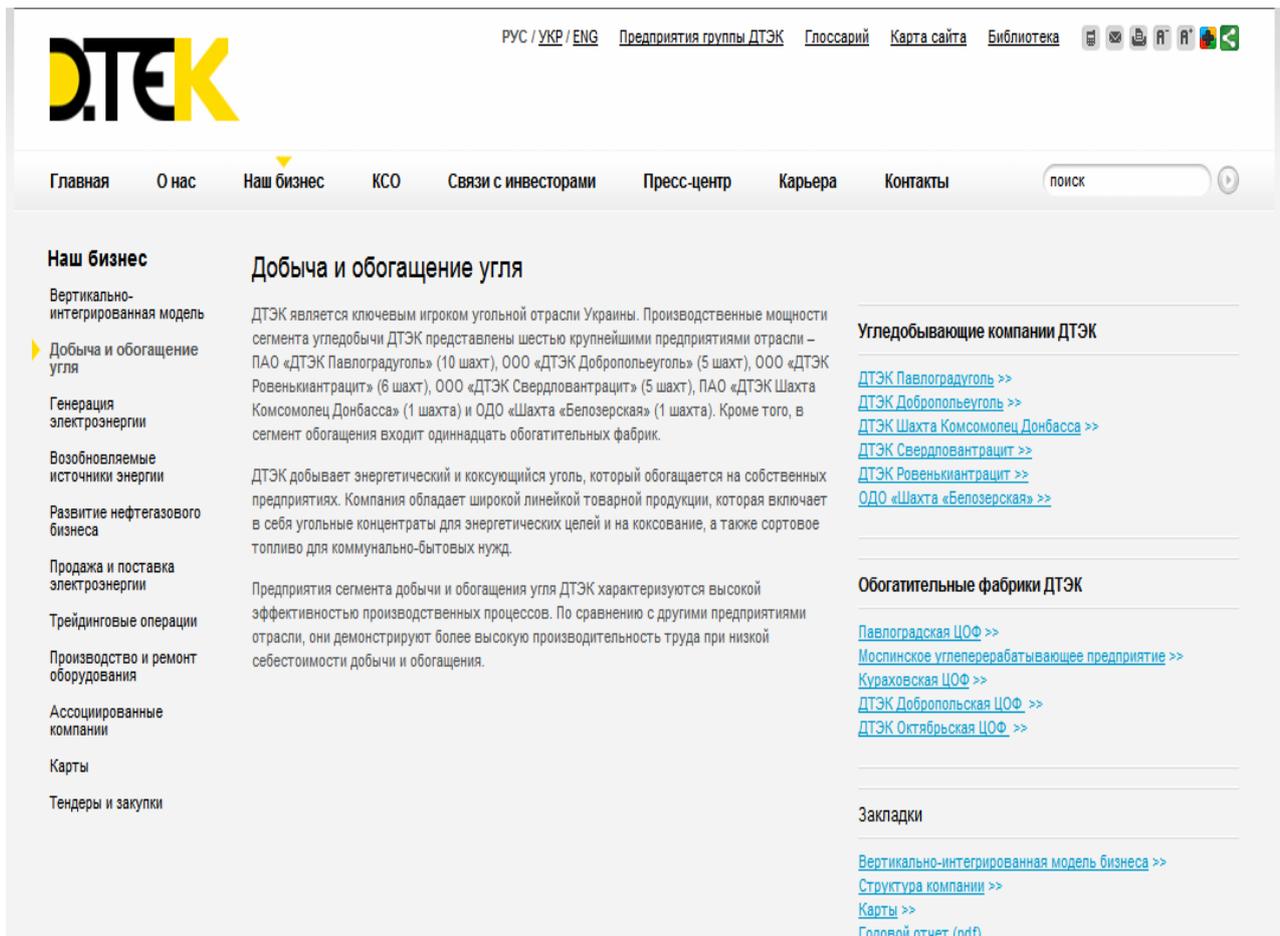


Рис. 2.13 Скриншот страницы «Добыча и обогащение угля» сайта компании ДТЭК www.dtek.com

2.5.1. Ключевые показатели работы ДТЭК

Большая часть добываемого угля ДТЭК обогащается на собственных фабриках и поставляется преимущественно на предприятия генерирующего сегмента ДТЭК. Часть угля экспортируется. Производимая ТЭС электроэнергия поставляется на оптовый рынок электроэнергии Украины, где ДТЭК выступает одним из ключевых операторов. Закупаемая на рынке энергия по собственным сетям Компании поступает крупнейшим промышленным потребителям Украины.

Синергия угледобывающих и генерирующих предприятий, внедрение передовых технологий, профессиональный менеджмент, взвешенная социальная политика позволяют ДТЭК сохранять лидирующие позиции на топливно-энергетическом рынке Украины.

Концепция развития ДТЭК предполагает построение энергетической компании, связывающей Украину, Евросоюз и Россию в единую цепочку по производству и продаже электроэнергии, используя преимущества вертикальной интеграции, лучшую управленческую экспертизу на рынках присутствия, опыт развития угольных предприятий со сложными

геологическими условиями и уникальное географическое расположение Украины - нашего базового рынка.

Основными направлениями бизнеса ДТЭК являются: добыча и обогащение угля, генерация электроэнергии, продажа и поставка электроэнергии.

Сегмент «Добыча и обогащение угля» представлен шестью крупнейшими предприятиями отрасли: – ПАО «ДТЭК Павлоградуголь» (10 шахт), ООО «ДТЭК Добропольеуголь» (5 шахт), ООО «ДТЭК Ровенькиантрацит» (6 шахт), ООО «ДТЭК Свердловантрацит» (5 шахт), ПАО «ДТЭК Шахта Комсомolec Донбасса» (1 шахта) и «ОДО Шахта Белозерская» (1 шахта). Кроме того, в сегмент обогащения входит 11 обогатительных фабрик. Продукция сегмента – энергетический и коксующийся уголь. Основные потребители – предприятия генерирующего сегмента ДТЭК.

- ✚ Промышленные запасы угля – 1 157,3 млн. тонн.
- ✚ Генерация электроэнергии.

Сегмент представлен ООО «ДТЭК Востокэнерго», ПАО «ДТЭК Днепроэнерго» (ДТЭК владеет 72,9% акций) ПАО «Киевэнерго» (ДТЭК владеет 71,82% акций) и ПАО «ДТЭК Западэнерго» (ДТЭК владеет 70,91% акций). Вырабатываемая электроэнергия в полном объеме поставляется в оптовый рынок электроэнергии Украины (ОРЭ).

- ✚ Установленная мощность ТЭС – 18,2 ГВт.
- ✚ Продажа и поставка электроэнергии.

Сегмент представлен сетевыми компаниями ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго» (ДТЭК владеет 51,50% акций) ПАО «Киевэнерго» (ДТЭК владеет 72,39% акций), ПАО «ДТЭК Крымэнерго» (ДТЭК владеет 57,49% акций), «ДТЭК Донецкоблэнерго» (ДТЭК владеет 71,34% акций), ПАО ПАО «ДТЭК ПЭС-Энергоуголь» и ООО «Сервис-Инвест». Компании закупают электроэнергию в оптовом рынке электроэнергии, осуществляют продажу и поставку конечным потребителям. Ключевые потребители – металлургия, угольная промышленность и население.

Ключевые показатели работы ДТЭК за 2011 г.

- ✚ Добыча угля 22 936,7 тыс. т;
- ✚ Экспорт угля 3 396,0 тыс. т;
- ✚ Импорт угля 744,0 тыс. т;
- ✚ Обогащение рядовых углей 12 523,0 тыс. т;
- ✚ Выпуск концентрата 7 935,0 тыс. т;
- ✚ Отпуск электроэнергии «ДТЭК Востокэнерго» 17 135,9 млн. кВт. ч;
- ✚ Отпуск электроэнергии «ДТЭК Днепроэнерго» 15 844,0 млн. кВт. ч;
- ✚ Объем закупки электроэнергии в ОРЭ 14 066 млн. кВт. ч;

- ✚ Экспорт электроэнергии 5 091,9 млн. кВт. ч;
- ✚ Протяженность электрических сетей – 84,7 тыс. км.
- ✚ Выручка 39 594 млн. грн.;
- ✚ Чистая прибыль 3 522 млн. грн.

2.5.2 Вертикально-интегрированная модель ДТЭК

ДТЭК – крупнейшая частная вертикально-интегрированная энергетическая компания Украины. Предприятия ДТЭК формируют производственную цепочку от добычи и обогащения угля до генерации и поставок электроэнергии. На сегодняшний день Компания полностью обеспечивает свои генерирующие активы собственным углем.

Вертикальная интеграция ДТЭК, наряду с выгодным географическим расположением ее активов, позволяет Компании гарантировать качество и надежность всей производственной цепочки, а также успешно управлять эффективностью и контролировать всю цепочку создания стоимости. Преимуществом вертикальной интеграции бизнеса является возможность снижения бизнес рисков отраслевых блоков Компании.

Переход к вертикально-интеграционной модели начался еще в 2005 году, когда на базе ассоциации ДТЭК была создана управляющая компания Корпорация «ДТЭК». Впоследствии был создан Корпоративный центр (ООО «ДТЭК»), отвечающий за финансовые и производственные результаты. На всех предприятиях ДТЭК были внедрены единые управленческие процессы. Это позволило наладить эффективную работу между всеми структурными подразделениями предприятий компании.

Вертикальная интеграция – одно из главных конкурентных преимуществ Компании на рынке. Стратегия развития ДТЭК предполагает сохранение сбалансированной цепочки уголь-генерация-дистрибуция.

Анализ структуры корпорации позволяет сделать вывод о том, что ДТЭК является новым, прогрессивным объединением предприятий угольной и электроэнергетической отраслей промышленности, что, несомненно, способствует комплексному решению проблем, существовавших ранее в каждой из этих отдельно взятых отраслей.

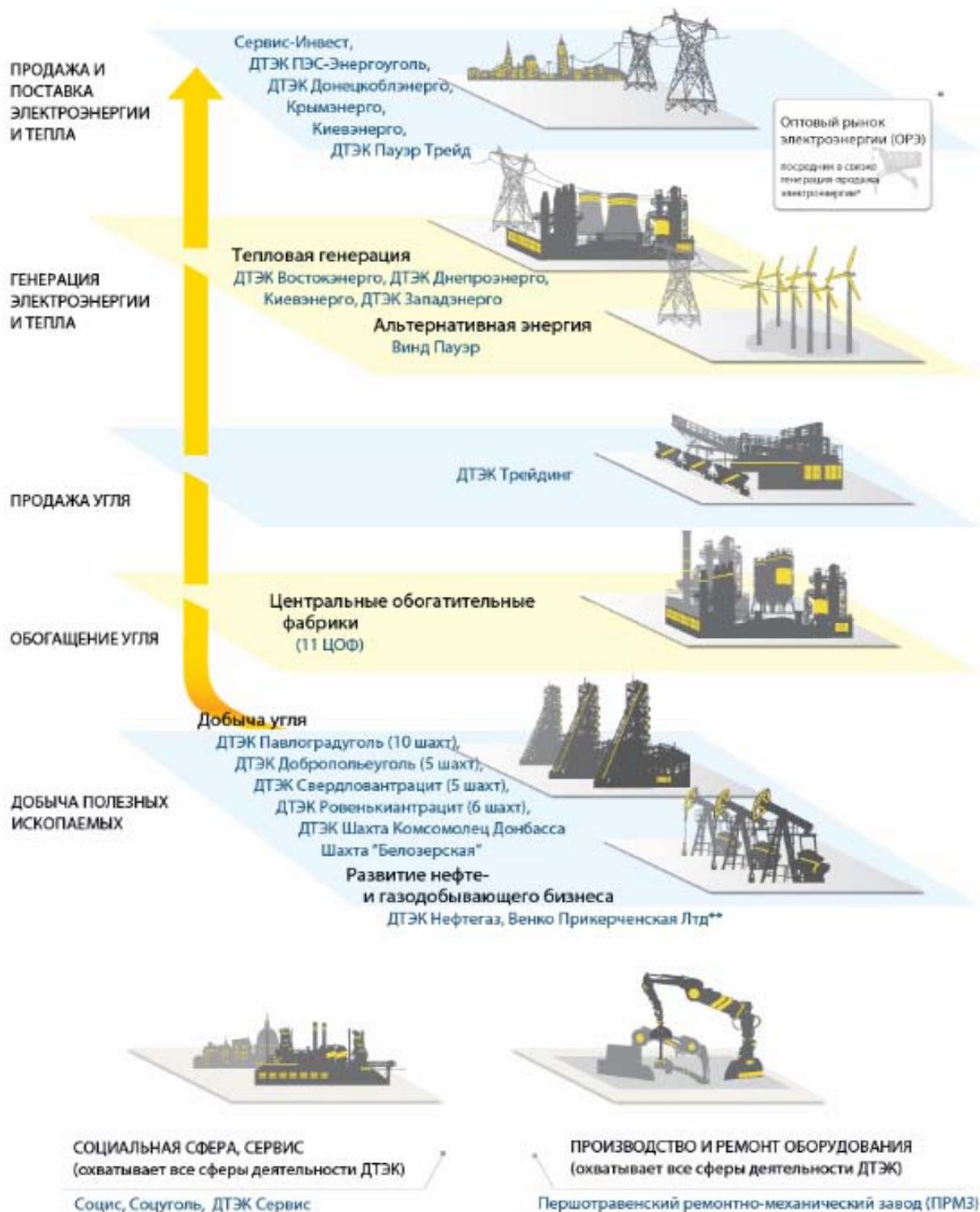


Рис. 2.14 Вертикально-интегрированная модель ДТЭК (структурная схема)

2.5.3. Подразделения ДТЭК, занимающиеся продажей угля

Продажей угля занимается подразделение ООО «ДТЭК Трейдинг», визитка которой представлена на сайте компании ДТЕК <http://www.dtek.com/ru/our-operations/trading/dtek-trading>.

Продажей электроэнергии занимаются компании: ООО «Сервис-Инвест»

<http://www.dtek.com/ru/our-operations/electricity-trade-and-supply/service-invest>,
 ПАО «ДТЭК ПЭС–Энергоуголь» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/electricity-trade-and-supply/energougol>, ПАО «ДТЭК Донецкоблэнерго» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/electricity-trade-and-supply/donetskoblenergo>, ООО «ДТЭК Пауэр Трейд» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/trading/power-trade>, ПАО «Киевэнерго» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/electric-power-generation/kyivenergo>, ПАО «ДТЭК Днепрооблэнерго» (страница компании временно отсутствует), ПАО «ДТЭК Крымэнерго» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/electricity-trade-and-supply/krymenergo>.

2.6 Покупка и продажа угля на сайте <http://donuglesnab.com.ua/buying/>

Покупаем уголь марки Аш круглогодично вагонными нормами.

Грузополучатель: **Черниговская и Дарницкая ТЭЦ.**

Требуемые качественные показатели:

Зола базовая 19,8%

Приплаты по Зольности: от 19,8 до 17% - за каждый процент снижения = 2,5%;

Скидки по Зольности: от 19,8 до 22% - за каждый процент превышения = 2,5%;

Скидки по Зольности: от 22,01 до 25% - за каждый процент превышения = 3,5%.

Влага базовая 7,6%;

Приплаты по массовой доле Влага от 7,6 до 0% за каждый процент снижения = 1,3%;

Скидки по массовой доле Влага от 7,6 до 10% за каждый процент превышения = 1,3%.

Летучие до 8%.

Железнодорожный тариф оплачивает Покупатель.

Покупаем вагонными нормами сортовой уголь антрацит следующих марок:

Марка угля (фракция)	Средняя расчётная норма в %			Выход летучих веществ, %	Теплота сгорания, ккал/кг	
	зола	влага	сера		верхняя	нижняя
АК (50-100) мм	6.1	4.2	1.0	2.5-3	8100	7200
АО (25-50) мм	7.3	4.4	1.0	2.5-3	8100	7200
АКО (25-100) мм	7.5	4.5	1.0	2.5-3	8100	7200
АМ (13-25) мм	9.4	4.9	1.0	2.5-3	8050	7000
АС (6-13) мм	11.9	5.6	1.0	2.5-3	8050	6900
АШ об. (0-6) мм	19.8	7.6	1.2	3.5	8000	6000

Покупаем на постоянной основе машинными нормами с доставкой в Луганский и Донецкий регионы уголь марок:

Аш (Зола от 8 до 30%);

АРШ (Зола от 8 до 25%).

Рис. 2.15 Продажа угля на сайте <http://donuglesnab.com.ua/sale/>

ДОНУГЛЕСНАБ
ТОРГОВЫЙ ДОМ

Главная :: Продаем :: Покупаем :: Контакты

Меню

- Уголь марки А
- Реквизиты
- Фотогалерея
- Схема проезда

91047, г. Луганск
ул. Оборонная, дом 34, оф. 418
+38 (0642) 347-344

Статьи

- Маркетинговые новости
- Международная выставка
- Модернизация

Перерабатываем и реализуем уголь

ООО Торговый Дом «Донуглеснаб» перерабатывает и реализует уголь сухого отсева автомобильным и железнодорожным транспортом с Луганского и Донецкого регионов следующих марок:

Марка, фракция	Зола, %	Влага, %	Летучие, %	Сера, %
Ас 6-13	18	6,5	7	2-2,5
Ам 13-25	18	6,5	6	2-2,5
Ао 25-50	17	6,5	6	2-2,5
Ак 50-100	16	6,5	5	2-2,5
Ако 25-100	18	6,5	5	2-2,5

Ежемесячные объемы поставок угля - 5000 тн.
Условия оплаты - предоплата на стоимость согласованной партии товара.
Возможность участия представителя при погрузке угля.

Цены просим уточнять по телефонам:
+38 (0642) 347-344
+38 (050) 603-17-67

Рис. 2.16 Главная страница сайта <http://donuglesnab.com.ua/sale/>

2.7 Портал Уголь <http://coalmarket.com.ua/>

Портал предоставляет справочную информацию по темам: Уголь каменный, горно-шахтное оборудование, характеристики, добыча, рынки, месторождения, марки угля.

Предлагается узнать текущие цены на уголь, стоимость угля за тонну.

- ✚ Классификация углей - бурый, длиннопламенный, газовый, жирный, антрацит, тощий, коксующийся, слабоспекающийся, древесный, активированный.
- ✚ Показатели угля - зола, влага, сера, летучие, калорийность, фракция.
- ✚ Оплата за уголь - предоплата, аккредитив, оплата по факту поставки.
- ✚ Узнать новости на темы - биржа угля, экспорт, импорт, торговля углём.
- ✚ Бесплатно добавить вашу компанию в каталог компаний.
- ✚ Доска объявлений - разделы - куплю уголь, продам уголь, покупаю уголь, продаю уголь.
- ✚ Разместить рекламу: тематика - уголь.
- ✚ Регионы - Уголь Украины, Российский Уголь, Казахстанский Уголь, Донбасс, Кузбасс, Караганда, Шубарколь, Майкубен, Жалын.

- Данные об уровне средних розничных цен на уголь, реализуемый для бытовых нужд населения

Данные за август 2012 в грн. за 1 тонну в августе 2012 г. (в грн.) АС 1 430, АМ 1 640, АО 1 600

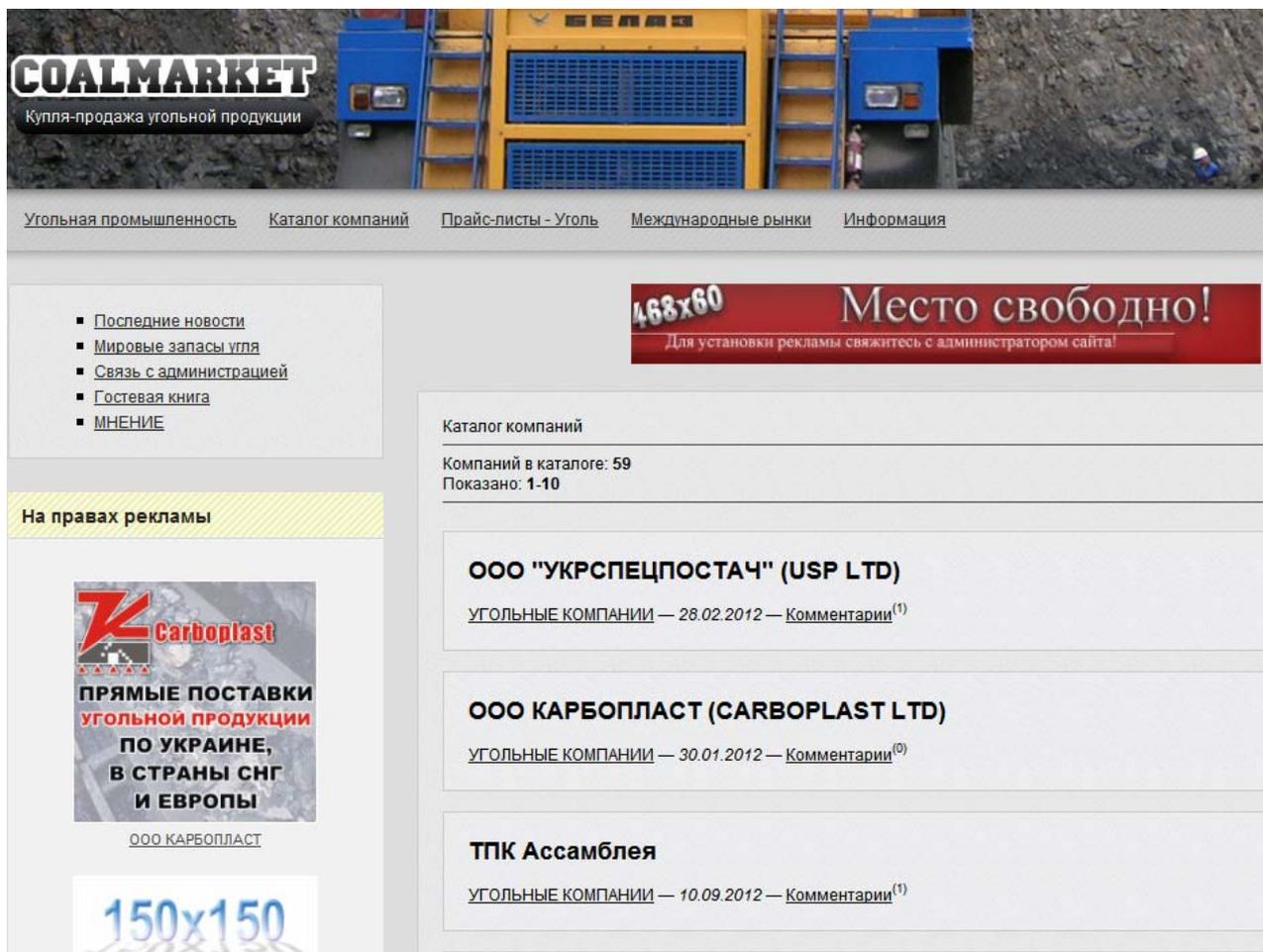


Рис. 2.17 Информационный портал <http://coalmarket.com.ua/>

2.8 Тенденции изменения цен на уголь на портале <http://coalmarket.com.ua/>

На портале приведен немного устаревший анализ тенденций изменения цен на уголь.

Мир. За три года (с 2005 по 2007 гг.) мировые цены на уголь утроились. Особенно быстро они росли во второй половине 2007 г. Следует отметить, что цены на уголь носят региональный характер, т. е. значительно различаются в разных регионах мира, однако их общая динамика соответствует мировой. Средняя стоимость угля на мировых рынках в 2007 г. находилась на уровне \$100 - 150 за т, в зависимости от региона, вида и качества угля. По оценке

«Тройки Диалог», в ближайшей перспективе мировые цены на энергетический уголь продолжают расти и дальше благодаря его дефициту. Продолжится рост развивающихся экономик, следовательно, будет расти и спрос на уголь. Китай продолжит ориентироваться на рост импорта угля, а снижение добычи в странах-экспортерах, может быть отложено лишь разработкой новых месторождений, что дорого и требует значительных капиталовложений в инфраструктуру. При этом не ожидается резких изменений ценовой ситуации, так как на мировом рынке угля довольно много производителей, способных работать с достаточной рентабельностью при любых ценах.

Россия. Тот же прогноз касается и России, т.к. и здесь не наблюдается превышения предложения угля над спросом в период с 2008 по 2010 гг.

То обстоятельство, что спрос на коксующийся уголь существенно опережал его предложение, привело к тому, что к уже октябрю-ноябрю 2007 г. спотовые цены на эту продукцию на 40-50% превосходили уровень цен начала года. Аналитики «Финнам» предполагают, что эта ситуация сохранится и в 2008 г., и что в скором времени не исключено еще одно повышение цен на коксующийся уголь и его концентрат (рост может составить примерно 20%). Они также не исключают, что в ближайшие годы цены вновь достигнут своих исторических максимумов, зафиксированных в 2004 г. Постепенного снижения цен на коксующийся уголь аналитики этой компании ожидают, начиная с 2010 г., считая, что к этому времени рост объемов добычи коксующегося угля будет превышать рост объемов его потребления металлургами.

По прогнозу «Тройки Диалог», внутри-российские цены на коксующийся уголь с 2008 по 2010 гг. должны вырасти на 60-80%, а в долгосрочной перспективе - на 50%. Аналитики компании предполагают, что дефицит коксующегося угля сохранится до 2011 г., когда появится небольшой профицит в районе 2-3 млн. т. Рост спроса со стороны украинских и российских производителей стали будет достаточно высок, чтобы поглотить рост производства угля. Все возрастающая консолидация рынка поможет производителям угля сохранять баланс спроса и предложения на рынке.

2.9 Проблема закрытия и приватизации предприятий угольной промышленности в Украине

На начало 2012 года на Украине насчитывается 20 угледобывающих компаний и 145 шахт, их подразделяют следующим образом:

- все угледобывающие предприятия Украины,
- все шахты Украины (по отдельности),
- углеобогатительные предприятия Украины,
- предприятия погрузки и транспорта угольной промышленности Украины,

- предприятия сбыта и поставки угольной промышленности Украины,
- шахтостроительные предприятия Украины,
- предприятия горношахтного оборудования Украины.

По добыче энергетического угля Украина в 2011 году занимает второе место в Европе после Польши (не считая России) — **61,756 млн. т.** (в Польше — 76,3 млн. т)

Проданы, а также отданы в долгосрочную аренду частным лицам следующие угледобывающие компании Украины (в скобках — добыча угля в 2011 году; доля в общеукраинской добыче):

- Павлоградуголь (15 414,2 тыс. т.; 24,9 %; 10 шахт; энергетические и коксующие угли; Днепропетровская область) — ДТЭК (Ринат Ахметов)
- Свердловантрацит (7 324,4 тыс. т.; 11,9 %; 5 шахт, 3 ЦОФ, шахтоуправление; энергетические угли; Луганская область) — ДТЭК (Ринат Ахметов)
- Ровенькиантрацит (6 559 тыс. т.; 10,6 %; 6 шахт, 3 ЦОФ; энергетические угли; Луганская область) — ДТЭК (Ринат Ахметов)
- Краснодонуголь (5 647 тыс. т.; 9,1 %; коксующие угли; Луганская область) — Метинвест (Ринат Ахметов), сайт рассмотрен в разделе 3.
- Комсомолец Донбасса (4 257,2 тыс. т.; 6,9 %; энергетические угли; Донецкая область) — ДТЭК (Ринат Ахметов)
- Добропольеуголь (3 265,3 тыс. т.; 5,3 %; 6 шахт, энергетические и коксующиеся угли; Донецкая область) — ДТЭК (Ринат Ахметов)
- Шахта имени Засядько (1 288,3 тыс. т.; 2,1 %; Донецкая область) — Организация арендаторов (Ефим Звягильский)

Таким образом, только 6 угледобывающих предприятий Украины, приватизированных или переданных в аренду двум компаниям Рината Ахметова: ДТЭК и Метинвест, производят добычу 42 467,1 тыс. тонн угля, то есть 68,7 % от общеукраинской добычи.

По публикациям в прессе добыча угля в Украине в 2012 году составила 85,9 млн тонн (вместе, энергетического угля и коксующегося) http://economics.lb.ua/state/2013/01/03/184542_ukrainskie_shahteri_vidali_nagora_85.html, что почти на 5% больше показателя 2011 года. В ближайшие десятилетия его добычу планируется довести до 115 млн. тонн.

По последним данным в Украине планируют закрыть 35, и приватизировать 66 угольных предприятий http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/article?art_id=231058&cat_id=35081. В перечень закрывающихся шахт, как сообщается в прессе, попадают также и частные предприятия: 4 шахты, входящие в ДТЭК, - "Терновская", "Шашкова", "Дзержинского" и "Свердлова", и 3 шахты, входящие в "Метинвест", - "50-

летие СССР", "Ореховская" и "Дуванная". Можно увидеть, что частные предприниматели не хотят мириться с отрицательной рентабельностью шахт. Конкретную информацию об уже закрытых шахтах можно найти в горной википедии по ссылке

http://miningwiki.ru/wiki/Список:Закрытые_шахты_Украины.

MiningWiki — свободная шахтёрская энциклопедия

MiningWiki — энциклопедия о шахтах и шахтёрах, создаваемая совместными усилиями горняцкого сообщества. Мы приветствуем любое участие
ошибок.

Мягкого угля и крепкой кровли!

[О проекте](#) · [FAQ](#) · [Форум](#) · [Статьи по категориям](#) · [Все статьи](#) · [Справка](#) · [Зарегистрироваться](#)

Основные разделы

Горное дело

[Горное предприятие](#) · [Горная промышленность](#) · [Угольная промышленность](#) · [Обогащение полезных ископаемых](#) · [Рудная промышленность](#)

Подземная разработка

[Шахта](#) · [Рудник](#) · [Гидрошахта](#) · [Копанка](#) · [Горные выработки](#) · [Лава](#)
[Очистные работы](#) · [Проходческие работы](#)

Инфраструктура шахт

[Поверхность](#) · [Шахтный водоотлив](#) · [Рудничный транспорт](#) · [Энергоснабжение](#)

Горное оборудование и инструмент

Профессии и специальности

Рабочие: [Забойщик](#) · [Горномонтажник](#) · [ГРОЗ](#) · [ГРП](#) · [Машинист электровоза](#) · [МГВМ](#) · [МПУ](#) · [Проходчик](#) · [Электрослесарь](#)
ИТР: [Горный мастер](#) · [Горный диспетчер](#) · [Маркшейдер](#) · [Мастер-взрывник](#)
Горноспасатели

Регионы

[Донбасс](#) · [Кузбасс](#) · [Мосбасс](#) · [Кизелбасс](#) · [Челябинский угольный бассейн](#) · [Угледпром СССР](#) · [Угледпром России](#) · [Угледпром Украины](#) · [Угледпром Узбекистана](#) · [Угледпром Грузии](#)

2.18 Фрагмент главной страницы сайта Горной википедии

В 2012 году финансирование министерства энергетики и угольной промышленности из бюджета Украины составило 9, 959 млрд. грн. В основном деньги выделялись для поддержки государственных угледобывающих предприятий. На эту сумму были увеличены расходы и доходы бюджета. Однако доходы угольной отрасли в таком объеме получены не были. Если смотреть правде в глаза, это говорит о принципиальной нерентабельности, по крайней мере, в настоящее время, угольной промышленности, т.е. преобладании расходов над доходами, что приводит, в конечном итоге, к росту инфляции в стране. Справедливости ради следует отметить, что с начала 2012 года на украинских шахтах добыто на 5,2% угля больше, чем в соответствующий период 2011 года. По официальным статистическим данным, за 10 месяцев 2012 года украинские шахтеры добыли в целом 53,7 млн. т готового угля. Следует также отметить, что Кабинет Министров Украины запланировал модернизацию наиболее эффективных шахт Украины для существенного наращивания темпов выработки угля (что необходимо для компенсации нехватки, поставляемого из России, энергетического сырья в Украине – газа и нефти). <http://telegraf.com.ua/biznes/ekonomika/ukrainskie->

shahteryi-v-etom-godu-dobyili-uglya-bolshe-chem-v-proshlom.html

Проблем в угольной промышленности накопилось много. Снижение закупок украинского угля объясняется многими факторами. Потребители коксующегося угля – коксохим заводы, сократили производство валового кокса за 10 месяцев 2012 г. на 3%, до 15,494 млн. тонн, а коксохимики отталкиваются от запросов металлургов, снизивших выплавку чугуна на 1,4%, до 23,74 млн. тонн. Налицо – снижение спроса. По энергетическому углю ситуация в стране выглядит еще сложнее. На рынке наблюдается увеличение спроса, но добывающие предприятия не смогли воспользоваться растущим спросом со стороны энергетиков, уступив долю рынка зарубежным поставщикам. <http://minprom.ua/articles/109122.html> По данным Минэнергоугля, за январь-август импорт угольной продукции вырос на 29,4%, до 10,415 млн. тонн, из которых около 2,7 млн. тонн пришлось на энергетический уголь. Основными импортерами оставались Российская Федерация и Казахстан, среди европейских поставщиков выделяется Чехия. Но оттуда отгрузки сократились с 91,35 до 56,1 тыс. тонн. Зато заметно вырос импорт азиатского угля из Индонезии.

Между тем экспорт украинского угля в текущем году, наоборот, сокращается. Основной экспортной позицией угольщиков является антрацит. Его отгрузки зарубежным покупателям снизились на 12,03%. Избыток предложения угля украинской добычи на внутреннем рынке составляет 3 млн. тонн. Но реализовать его на экспорт не удастся, поскольку цена, предлагаемая зарубежными покупателями, является убыточной.

По данным Государственной таможенной службы Украины, средняя стоимость антрацита по экспортным контрактам за 8 месяцев уменьшилась с 109,4 до 100,4 долл./т., хотя на внутреннем рынке для ТЭС из НАК "Энергетическая компания Украины" его закупали еще дешевле, в среднем по 80 долл./т.

При фактической себестоимости готовой угольной продукции 170 долл./т., в целом по предприятиям министерства получается убыток, который покрывается за счет государственного бюджета. Таким образом, по сути, угольный госсектор давно прекратил быть рентабельным.

Длительное время правительство не могло определиться, каким образом сделать работу угольных госпредприятий безубыточной. Их - то укрупняли, акционировали, затем опять возвращались к статусу юридических лиц для каждой шахты в отдельности. Соответственно менялись и схемы государственных закупок в углепроме. То их делали централизованными через профильное министерство, то снова возвращали на места. Рассматривались также варианты концессии, приватизации, в итоге решено было остановиться на последнем. Тем более, программа президентских реформ четко предусматривает приватизацию всех госшахт независимо от уровня рентабельности. Но и здесь все не так просто.

Ни для кого на рынке не секрет, что ценность с точки зрения экономической эффективности для частного инвестора имеет небольшое количество шахт в Украине: порядка 5-8% от общего количества. Остальные

убыточны при любой форме собственности в силу ряда причин: длительная эксплуатация, которая вынуждает идти на разработку пластов с глубиной залегания свыше 1 км, неблагоприятные геологические условия (толщина пластов 0,5-0,7 м), высокая насыщенность метаном. Тем не менее, у правительства есть желание сохранить эти шахты из-за социальных проблем - вопросы занятости в шахтерских городах стоят очень остро. Кроме того, шахты помогают поддерживать существование социальной инфраструктуры, которую местные бюджеты не потянут. Отсюда и ранее принятое решение о приватизации госшахт с разбивкой на лоты, в каждый из которых, помимо перспективных активов, включается балласт из не представляющих коммерческого интереса объектов.

Следует отметить, что большинство «привлекательных» госшахт уже приватизированы. Среди действующих госшахт такими остаются шахты ГП "Макеевуголь", добывающие уголь ценных марок «К» и «Ж». Необходимо учитывать, что запасов угля в Европе хватит только на 150 лет, в Украине – на 450 лет. Но европейский бизнес сейчас не проявляет интерес к покупке украинских госшахт. Это уголь глубокого залегания, имеющий тонкие газонасыщенные пласты. Интерес могут проявить только украинские олигархи. Однако бездумная приватизация всех госшахт может стать очередной угрозой для энергетической безопасности Украины. Однако разумной альтернативы углю в Украине нет, поэтому комитет ВР по ТЭК выступает против закрытия убыточных шахт. При этом учитывается, что за 21 год независимости в Украине не было построено «с нуля» ни одной шахты, (только проектирование шахты занимает 1,5 года, и 4-5 лет требуется на строительство при наличии серьезного инвестора). Однако остро стоит вопрос о целесообразности инвестирования в угольную отрасль. Европа не желает вкладывать деньги в угольную отрасль, и этим все сказано.

Минэкономразвития и торговли по результатам проведения тестовых электронных торгов угольной продукцией включило Украинскую энергетическую биржу, ООО "Украинская универсальная биржа", ТБ "Катеринославская" и ТБ "ИННЕКС" в перечень товарных бирж, на которых будет осуществляться торговля угольной продукцией. Всего о проведении тестовых электронных торгов угольной продукцией сообщили шесть товарных бирж-победителей соответствующего конкурса. К продаже на электронных торгах на биржах было предложено 8 марок угольной продукции, биржевые соглашения были заключены на четырех биржах по трем маркам угля — тощий (Т), жирный рядовой (Жр) и антрацит орех (АО). Колебания цены продажи зафиксированы по одной марке угля — тощий (Т): максимальная — 576 грн за 1 т, минимальная — 540 грн за 1 т. Информация относительно торговли угольной продукцией обнародована на сайте министерства в подразделе "Мониторинг деятельности товарных бирж" рубрики "Регулирование товарного биржевого рынка". Справка: Распоряжением КМ №1070-р от 26.10.11 г. одобрена Концепция перехода на биржевую форму продажи угля. Целью Концепции являлось обеспечение конкурентоспособности национальной экономики через реформирование рыночных взаимоотношений на рынке угля

за счет развития биржевой торговли, а именно: создания в Украине прозрачного рынка угольной продукции; внедрения рыночного механизма ценообразования на основе реального баланса спроса и предложения на угольную продукцию. Концепцию предполагалось реализовать в течение 2011-2012 годов. В октябре 2012 г. Минэкономразвития и торговли определило победителями конкурса по отбору товарных бирж (электронных биржевых площадок) для организации и проведения электронных биржевых торгов по купле и продаже угольной продукции восемь бирж — ТБ "Перспектива-Коммодити", Украинская энергетическая биржа, Украинская универсальная биржа, ТБ "Киевская агропромышленная биржа", ТБ "Катеринославская", Донецкая товарная биржа, ТБ "ИННЕКС" и ТБ "Контрактовый дом УМВБ".

Нужно ли закрывать шахты с плохими показателями? Ответ на этот вопрос становится очевидным, если изучить опыт стран с наивысшими темпами развития. В этой связи представляется разумным и экономически целесообразным подход к реформированию угольной отрасли в Китае. Как известно, там малые шахты составляют 85% от общего количества. Всего их насчитывается порядка 10,2 тыс., и на них приходится менее 30% угледобычи. Понятно, что малые шахты отличаются низким уровнем механизации и высоким производственным травматизмом. Обеспечить там по-настоящему безопасные условия труда не представляется возможным. Поняв это, правительство КНР взялось за масштабную реструктуризацию. За 2011 год там была прекращена работа 407 шахт общей годовой мощностью 24,6 млн. тонн. В 2012 году закрыто еще 625 шахт мощностью 23,5 млн. тонн. Всего же до 2015 года включительно китайцы закрывают 3 тыс. шахт, дающих 100 млн. тонн угля в год.

2.10 Выводы раздела 2

1. Угольная промышленность - одна из ключевых отраслей, обеспечивающая энергетику, металлургию и другие производства, а также население топливом и сырьём, является важнейшей составляющей промышленного потенциала Украины. Разработанная в рамках ДТЭК вертикально-интегрированная модель взаимодействия угольной и энергетической отраслей (производственную цепочку от добычи и обогащения угля до генерации и дистрибуции электроэнергии, см. раздел 2.5.2), является примером правильного и эффективного решения проблем украинской энергетики. Созданное на базе этой модели Министерство энергетики и угольной промышленности Украины (официальный сайт <http://mpe.kmu.gov.ua>) объединяет угольную, нефтегазовую, ядерную и электроэнергетику для комплексного решения проблем энергетики в Украине.

2. На сайте угольного портала Украины <http://ukrcoal.com/> (рис. 2.2) представлен каталог всех предприятий, связанных с угольной отраслью. Всего по Украине их 347. По областям: Донецкая – 159 предприятий, Луганская – 120, Львовская – 23, Днепропетровская – 19 и т.д. Всего 12 областей. В категории «Другие» приведено еще 254 предприятия, из них: заводов, выпускающих горношахтное оборудование – 149, предприятий торговли – 44, сбыта/поставки – 34, погрузки/транспорта – 14, холдингов – 8, угледобывающих – 3, обогатительных фабрик – 2. В Рунете имеется еще один сайт [MiningWiki](http://miningwiki.ru/wiki/Заглавная_страница) — свободная шахтёрская энциклопедия (рис. 2.18) http://miningwiki.ru/wiki/Заглавная_страница, в котором содержится подробная информация о действующих и закрытых угольных предприятиях Украины.
3. В разделе 2.2 монографии представлен подробный анализ сайта угольного портала Украины <http://ukrcoal.com/>. Указаны особенности Web-дизайна, определены и проанализированы показатели посещаемости. Выделены преимущества и недостатки сайта, как основного коммерческого сайта предприятий угольной промышленности Украины. Главным недостатком следует считать низкую посещаемость сайта и малую известность у зарубежных партнеров, что не способствует привлечению новых зарубежных клиентов.
4. Далее в монографии приведены ссылки на сайты основных предприятий, занимающихся торговлей углем Днепропетровской, Донецкой, Луганской, Львовской и других областей Украины. Приведены скриншоты этих сайтов, отмечены их положительные и отрицательные особенности. Показано, что практически все сайты предприятий – торговцев углем представляют собой простейшие сайты – визитки, которые не отвечают современным требованиям к корпоративным сайтам. Это говорит о недостаточной квалификации руководства компаний в области электронной коммерции, что не способствует увеличению объемов продажи угля как в Украине, так и за рубежом.
5. Наилучший, по нашему мнению является сайт ООО «РЕСУРСКОМПАНИ» <http://www.resurskompani.com> (рис. 2.8 - 2.10), отличающийся от других по дизайну (слайдер с великолепно подобранными фотографиями) и содержанию – имеются такие элементы, как заявка на покупку угля, формы договора на поставку угля по Украине и форма внешнеэкономического контракта, которые можно скачать в формате Word и заполнить. На сайте в разделе «Онлайн тариф» имеется работающая программа «ТМ карта» по расчету стоимости перевозки угля (рис. 2.9). Кроме того, на сайте имеется подробная информация для пользователей об угле, которая знакомит клиентов с классификацией предлагаемых товаров. На сайте <http://region-vostok.com> имеется онлайн заявка на поставку угля, которая позволяет оформить заказ непосредственно с сайта компании, что является

непосредственным признаком электронного магазина, хотя и в простейшей форме.

6. Далее в монографии выполнен анализ сайта корпорации Донецкая топливно-энергетическая компания (ДТЭК) www.dtek.com. Представлен скриншот страницы сайта «Добыча и обогащение угля», результаты экономической деятельности компании, вертикально-интегрированная модель ДТЭК (рис.2.14). Вертикальная интеграция – одно из главных конкурентных преимуществ компании на рынке. Стратегия развития ДТЭК предполагает сохранение сбалансированной цепочки уголь-генерация электроэнергии - дистрибуция. Анализ структуры корпорации позволяет сделать вывод о том, что ДТЭК является новым, прогрессивным объединением предприятий угольной и электроэнергетической отраслей промышленности, что, несомненно, способствует комплексному решению проблем, существовавших ранее в каждой из этих отдельно взятых отраслей. Кроме того, положительная рентабельность предприятия, говорит о существенных преимуществах частной собственности и реализованной вертикально-интегрированной модели, которая впоследствии была распространена на топливно-энергетическую отрасль в целом по Украине. И это внушает надежду, что все проблемы угольной промышленности будут в скором времени решены. На сайте ДТЭК присутствует уникальная мультимедийная обучающая система, предназначенная для ознакомления клиентов с технологиями подземной добычи угля и производства электроэнергии. Однако сайт такой крупной компании должен содержать признаки современного корпоративного портала, о которых подробно говорилось в разделе 1.5. Когда это будет учтено руководством компании, технология электронной коммерции позволит существенно увеличить прибыль за счет привлечения новых отечественных и зарубежных клиентов и увеличения объемов продаж угля и других видов энергии.
7. Несомненным преимуществом ДТЭК по сравнению с государственными предприятиями является ее независимость от поддержки государства. Компания не нуждается в средствах налогоплательщиков. Ее выручка в 2011 году составила 39 594 млн. грн., а чистая прибыль 3 522 млн. грн. (см. раздел 2.5.1). Более того, компания ДТЭК и ее владелец Ринат Ахметов, являются крупнейшими налогоплательщиками в бюджет Украины http://ru.wikipedia.org/wiki/Ринат_Ахметов. На предприятиях ДТЭК отсутствует социальная напряженность, а зарплата трудящихся примерно вдвое превышает среднюю по стране.
8. Далее в монографии проанализирован портал Уголь <http://coalmarket.com.ua/> (раздел 2.7). Портал предоставляет справочную информацию по темам: Уголь каменный, горно-шахтное оборудование, характеристики, добыча, рынки, месторождения, марки угля. В разделе 2.8 и 2.9 приведен анализ тенденций изменения цен на уголь, показано, что цены на уголь имеют

тенденцию к возрастанию, оставаясь достаточно низкими (около \$100 за т.), однако наблюдается примерный баланс между спросом и предложением угля на российском и мировом рынках, что говорит о необходимости снижения себестоимости украинского угля для рентабельной работы государственных угольных предприятий.

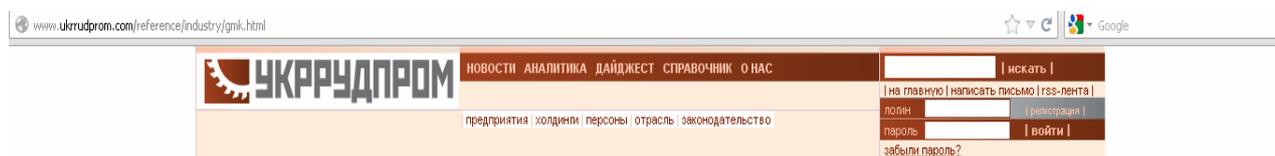
9. В разделе 2.9 монографии рассмотрены проблемы закрытия и приватизации государственных предприятий угольной промышленности Украины. Рассмотрены данные, приведенные в Интернет справочниках – Википедии <http://ru.wikipedia.org> и горной википедии MiningWiki — свободной шахтёрской энциклопедии http://miningwiki.ru/wiki/Заглавная_страница. Для ознакомления приведена ссылка на уже закрытые предприятия http://miningwiki.ru/wiki/Список:Закрытые_шахты_Украины. На сайте министерства http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/article?art_id=231058&cat_id=35081 приведен новейший перечень из 66 предприятий, подлежащих приватизации. С перечнем закрывающихся предприятий пока окончательного решения не принято, однако тезис о том, что рентабельные предприятия нужно приватизировать, а нерентабельные предприятия нужно закрывать не вызывает сомнений и подтверждается многолетним опытом реформ как в Украине, так и за рубежом, в частности в Китае.

РАЗДЕЛ 3

АНАЛИЗ КОНТЕНТА САЙТОВ ГОРНОРУДНЫХ И МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

3.1. Горнорудная промышленность Украины

На территории Украины располагается 20% мировых запасов железной руды. Доля Украины в мировом производстве железной руды составляет около 5 %. По запасам железорудного сырья Украина занимает первое место в мире, а по объемам производства — седьмое. Предприятия отрасли выпускают весь спектр железорудного сырья: кусковую и мелкую железную руду, железорудный концентрат, окатыши и агломерат. Производственные мощности, которыми располагают предприятия, позволяют не только обеспечить сырьем отечественные металлургические заводы, но и экспортировать значительную часть продукции. Сейчас на внутреннем рынке реализуется примерно 60% украинского железорудного сырья. На экспорт отправляется около 23 млн. тонн. Из стран-импортеров украинской железной руды крупнейшими являются Польша, Чехия и Словакия (на их долю приходится около трех четвертей украинского импорта), а также Австрия, Румыния и Сербия.



Горнорудная промышленность Украины

Украины в мировом производстве железной руды составляет около 5 %.

рритории Украины располагается 20% мировых запасов железной руды. По запасам железорудного сырья Украина занимает первое место в мире, а по дства — седьмое.

приятия отрасли выпускают весь спектр железорудного сырья: железную руду кусковую и мелкую, железорудный концентрат, окатыши и аг дственные мощности, которыми располагают предприятия, позволяют не только обеспечить сырьем отечественные металлургические завод ровать значительную часть продукции. Сейчас на внутреннем рынке реализуется примерно 60 % украинского железорудного сырья. На экспорт отпр 3 млн тонн. Из стран-импортеров украинской железной руды крупнейшими являются Польша, Чехия и Словакия (на их долю приходится около трех ч :ого импорта), а также Австрия, Румыния и Сербия.

Рис. 3.1 Сайт Укррудпром

<http://www.ukrrudprom.com/reference/industry/gmk.html>

На территории Украины находятся крупнейшие железорудные месторождения мирового значения. Балансовые запасы Украины по залежам железной руды составляют более 30 млрд. тонн. Согласно статистике, богатство подземных закров юго-востока Украины обеспечит бесперебойную работу местных шахт еще лет на 95—100.

В Украине разведано более 80 месторождений железной руды. Основные запасы (70%) и добыча (более 80%) приходятся на Криворожский железорудный бассейн. Его продолжением на север есть Кременчугский железорудный район. Вместе с рудными районами Запорожской, Кировоградской и Полтавской областей Криворожский бассейн составляет большую железорудную провинцию — Большой Кривбас.

В Криворожском бассейне находится около 90 предприятий различных отраслей черной металлургии. Из десятка крупных производств страны в целом, относящихся к добывающим и перерабатывающим железорудное сырье, семь (93%) расположены в Криворожском регионе, который обеспечивает более 90% потребностей металлургических предприятий Украины. В самом городе Кривом Роге ежегодно добывают свыше 8 миллионов тонн железной руды.

Промышленные запасы железных руд Криворожского бассейна составляют 16 млрд. тонн. Тут есть богатые и бедные руды. Богатые руды можно без обогащения использовать в металлургии. Промышленные запасы богатых руд составляют более 43% всех разведанных запасов богатых руд. Добыча их составляет более 40% всей добычи. Сегодня эксплуатируется более 90% запасов богатых руд и более 50% бедных. Содержание железа в богатых рудах в среднем составляет 57,6%. Однако разработка богатых железных руд не полностью обеспечивает потребности металлургии, поэтому ведется разработка бедных руд - железистых кварцитов. Эти руды легко обогащаются. Процесс обогащения осуществляется на пяти горно-обогатительных комбинатах: Южном, Новокриворожском, Центральном, Северном и Ингулецком. Наиболее крупный среди них – Южный ГОК.

Большое значение для промышленности имеет Белозерский железорудный район (Северо-Белозерское, Южно-Белозерское и Переверзевское месторождения). Почти 60% запасов - это богатые руды, которые содержат более 60% железа и не требуют обогащения. Эта группа месторождений расположена за 75 км на юг от Запорожья. Освоение месторождений ведут запорожские железорудные комбинаты №1 и №2.

Третий по размерам - Керченский железорудный район. Промышленные запасы здесь превышают 1 млрд. тонн. Здесь преобладают бурые железняки. Разработку месторождений руд осуществляет Камыш-Бурунский железорудный комбинат. Условия добычи очень благоприятны (открытым способом), поэтому себестоимость концентрата и агломерата очень низкая. Однако из-за низкого содержания железа концентрат (менее 45%) и агломерат (около 46%), их используют в металлургическом производстве только в смеси с криворожской рудой.

По объемам использования марганцевые руды занимают второе место среди руд черных металлов. Основная их часть (95-97%) поступает в черную и цветную металлургию. Небольшая часть марганцевых руд используется в химической промышленности, керамическом и стекольном производствах. Их запасы составляют около 2 млрд. тонн. В Украине кроме основного Никопольского бассейна, включающего Никопольский, Великотокмакский и

Ингуло-Днепровский марганцевые районы, известны еще Побужский, Донецкий и Карпатский. Разведаны и эксплуатируются только месторождения Никопольского района. Рудные пласты залегают на глубине 15-120 м. Их мощность в среднем 2 м. Основные запасы составляют высококачественные руды, содержащие в среднем 27% марганца. Уровень разведанности и освоенности Никопольского бассейна высокий. Здесь разрабатывается девять месторождений, работает семь шахт и восемь карьеров. Месторождения западного участка бассейна разрабатываются предприятиями Орджоникидзевского, а восточного - Марганецкого горно-обогатительного комбинатов.

Основные производственные мощности по добыче и обогащению руды были созданы в пятидесятые - шестидесятые годы, а максимальные объемы производства достигнуты: по товарной железной руде в 1978 году - 126 млн. т и по марганцевой руде в 1988 году - 7,8 млн. т.

В горнометаллургический комплекс (ГМК) Украины входят 365 организаций разной формы собственности, среди которых 15 металлургических комбинатов и заводов, 12 коксохимических предприятий, 12 огнеупорных заводов, 26 предприятий горнорудной отрасли, 70 предприятий, работающих на цветную металлургию. ГМКУ производит около 27% ВВП, в отрасли работает более 530 тыс. человек, что составляет 3,5% трудоспособного населения Украины.

3.2 Украинский горно-металлургический комплекс нуждается в долгосрочной поддержке http://standard-rating.com/rus/products_research_news20082012ru/

20 августа 2012 г. РА «Стандарт-Рейтинг» (Украина) подвело итоги развития горнометаллургического комплекса, как одной из системообразующих отраслей экономики Украины. В процессе изучения отрасли Агентство сделало ряд важных выводов, которые раскрывают динамику развития сектора и его перспективы:

Объемы производства стали в мире за последние 3 года характеризовались восходящим трендом. Своего трехлетнего максимума ежемесячный мировой объем достиг в марте 2012 года в размере 132 млн. тонн. Однако основной для роста мирового производства стали в 2010–2012 гг. служили азиатские производители, среди которых львиная доля принадлежала Китаю. Ежемесячные объемы производства стали в СНГ оставались практически на неизменном уровне — 9,2–9,8 млн. тонн. За последние 3 года доля СНГ в общем объеме мирового выпуска стали колебалась на уровне 7,2–8,6% и имела явно выраженную тенденцию к поступательному снижению, примерно с двенадцатимесячным циклом.

За последние 3 года доля Украины в общих объемах производства стали в СНГ колебалась на уровне 28–35%. Для СНГ Украина была значительным производителем стали, на которого в среднем приходилось треть объемов производства. В разрезе мирового рынка Украина, как производитель стали, медленно теряла долю, как и производители из СНГ в целом.

С февраля 2009 года по июнь 2012 года доля Украины в мировом производстве снизилась с 2,68% до 2,24%, а в феврале 2012 года она была близка к психологическому барьеру в 2%. Украинских металлургов вместе с их российскими коллегами вытесняли китайские производители, доля которых на мировом рынке росла. Одна из причин роста производства стали в Азии – продолжающейся экономической подъем в этом регионе.

Доля производства стали КНР в мировом объеме растет. По итогам 2011 года на КНР приходилось 45,83% мирового производства. Также следует учитывать, что большинство мощностей по производству стали в КНР были запущены в 2001–2011 годах. Объемы производства стали в КНР в 2001 году составляли всего 151 млн. тонн, в 2011 году — 686 млн. тонн (www.standard-rating.com/data/upload/.../pr_20082012_GMK.doc).



Рис 3.2 Сайт <http://standard-rating.com>

Таким образом, за 10 лет КНР удалось нарастить объемы производства стали в 4,54 раза. И сегодня этот прирост остается главным барьером для роста

цен на сталь на мировом рынке, обеспечивая более-менее стабильное предложение на сталь в Азии и способствуя снижению цен и объемов потребления стали в Европе, одновременно мешая производителям из европейского региона участвовать в удовлетворении растущего спроса на прокат в Азии.

Для Евросоюза Украина оставалась заметным производителем стали. Соотношение между ежемесячным объемом производства стали в Украине и ЕС в среднем колебалось на уровне 20–25%. И хотя в 2009 году можно было наблюдать кратковременное снижение соотношения между объемами выпуска стали в Украине и в ЕС с 25,63% до 17,91%, в целом в 2010–2011 годах ситуация выровнялась. Динамика объемов производства стали в Украине находилась примерно в том же фарватере, что и в ЕС, отличие было лишь в качественных показателях развития. Так, соотношение между производством чугуна и стали по итогам 2011 года в Украине составляло 82%, в ЕС - 53%. По оценкам Агентства, для того чтобы украинским металлургам довести уровень глубины передела до европейского, нужны дополнительные инвестиции в размере 80–100 млрд. грн.

Формально самым крупным производителем металла в мире остается ArcelorMittal (объем производства в 2011 году 97,2 млн. тонн). Его ближайший конкурент Hebei Iron and Steel (КНР) выплавляет почти вдвое меньше стали. Однако такое положение дел стоит воспринимать как формальное. ArcelorMittal уже давно стал заложником процессов роста собственной металлургии в КНР, которые в последние 10 лет стали причинами снижения доли ЕС и стран СНГ в общем объеме производства стали в мире. Из ТОП-20 компаний по выплавке стали в 2011 году, 9 находились в КНР, из этих 9-ти компаний 7 контролировались правительством КНР. По признаку собственника эти 7 компаний могли бы быть объединены в единый холдинг и показывать общую статистику выплавки стали, которая превышает объемы ArcelorMittal.

В январе-мае 2012 года украинские металлургические предприятия снизили производство стали на 4,4%, до 14,044 млн. тонн. В то же время, за 5 месяцев 2013 года Украина нарастила производство чугуна на 1%, до 12,093 млн. тонн, но сократили выпуск готового проката на 7,7%, до 12,016 млн. тонн. Дальнейшие прогнозы на 2012 год – неутешительные. На мировых рынках продолжается снижение спроса и падение цен. В 2011 году, украинские металлурги по совокупности результатов получили убыток в размере 3,61 млрд. грн. При этом 60,7% от общего количества предприятий все-таки завершили год с прибылью в размере 9,27 млрд грн, это на 2,3% больше чем в 2010 году. Суммарный убыток металлургических предприятий достиг в 2011 году 12,88 млрд. грн, что связано с повышением цен на сырье и снижением цены на продукцию вследствие падения спроса в конце года.

В 2011 году самым крупным предприятием ГМК по размеру выручки стал металлургический комбинат «Азовсталь» (г. Мариуполь). Выручка комбината за 2011 год составила 44,423 млрд. грн, вторым по объему выручки стал «Металлургический комбинат им. Ильича» 35,759 млрд. грн. (г. Мариуполь). Оба комбината контролировались холдинговой компанией «Метинвест». Однако центром прибыли в ГМК в 2011 году оставались горно-обогатительные комбинаты. Увеличение чистой прибыли в 2011 году продемонстрировала четверка лидеров: Ингулецкий (ИнГОК), Северный (СевГОК), Южный и Центральный горно-обогатительные комбинаты. Входящие в группу «Метинвест» ИнГОК и СевГОК нарастили чистую прибыль по сравнению с 2010 годом в два раза (до 6 млрд. 584 млн. грн) и в 2,4 раза (до 6 млрд. 249 млн. грн) соответственно.

Продолжает вызывать беспокойство падение занятости населения в отрасли. В 2011 году ГМК Украины обеспечивал около 500 тысяч рабочих мест в самых густонаселенных регионах страны. В штате 28-ми предприятий, которые исследовало Агентство, на начало 2012 года находилось порядка 225 тысяч человек, в 2007 году на этих предприятиях было занято примерно 296 тыс. человек. За пять лет крупнейшие предприятия ГМК сократили количество рабочих мест на 71 тыс. единиц, или примерно на 24%. Сокращение занятости в отрасли в сравнении с 2007 годом было обусловлено двумя факторами:

- модернизацией некоторых металлургических производств, что уменьшило количество рабочих мест, необходимых для обслуживания производственных процессов;
- снижением объема производства стали в Украине в сравнении с 2007 годом.

Предприятия горнометаллургического комплекса были в значительной степени перегружены долговой нагрузкой. Анализ финансовой отчетности 26-ти ключевых предприятий ГМК Украины показал, что только 8 из них при эмиссии облигаций могли претендовать на кредитный рейтинг инвестиционного уровня. По мнению Агентства, проблема доступа к рынкам капитала на предприятиях ГМК должна решаться не за счет долговых ресурсов. Финансирование инвестиций должно идти за счет ослабления налогового давления со стороны правительства Украины и выхода на положительную рентабельность ключевых металлургических холдингов. Дальнейшее злоупотребление долговым финансированием будет лишь повышать кредитные риски отрасли.

По мнению Агентства, правительство Украины должно озаботиться растущей долей китайских производителей на мировом рынке. И хотя этот тренд касается производителей в ЕС и странах СНГ, он создает острую конкурентную ситуацию для украинских экспортеров. Ограниченный доступ украинских предприятий ГМК на рынки капиталов не дает возможности

сделать прогноз об интенсивной модернизации ГМК Украины на протяжении следующих 3-5 лет. Поэтому украинским властям для ускорения развития отрасли следует вернуться к идее налоговых послаблений для предприятий ГМК, стимулирующих обновление их основных фондов. В качестве базового сценария для стимулирования возможно применение результатов налогового эксперимента в ГМК образца 1998 года.

С исследовательским отчетом о ситуации в ГМК Украины можно ознакомиться на сайте Агентства - <http://standard-rating.com>.

3.3 МетИнвест – крупнейшая компания ГМК Украины <http://www.metinvestholding.com/ru>

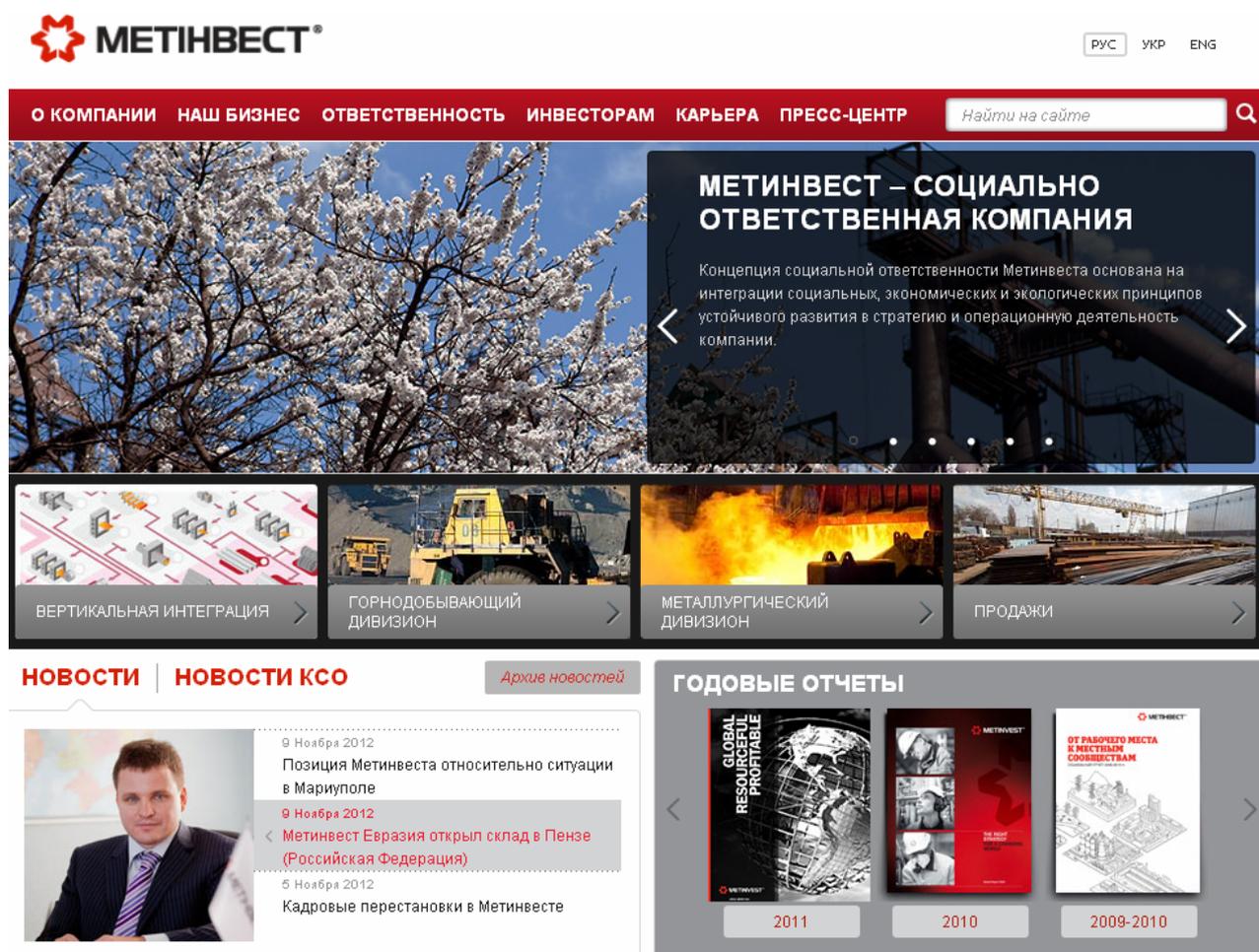


Рис.3.3 Главная страница сайта холдинга МетИнвест (<http://www.metinvestholding.com/ru> (признаков использования CMS не найдено))

3.3.1 Горнодобывающий дивизион МетИнвест

Метинвест является крупнейшим в Украине и одним из крупнейших в СНГ производителей железорудного сырья (ЖРС), а также входит в десятку ведущих мировых производителей этого вида сырья. Метинвест - крупнейший в Украине производитель коксующегося угля.

В состав Горнодобывающего дивизиона входят предприятия по производству железорудного и флюсодоломитного сырья: Северный, Ингулецкий, Центральный горно-обогатительные комбинаты и Комсомольское рудоуправление, а также угледобывающие предприятия: Краснодунголь и United Coal Company.

Благодаря своей вертикально-интегрированной бизнес модели и значительным запасам ресурсов, Метинвест на 75% удовлетворяет свои потребности в качественных марках угля и в два раза перекрывает их в железорудном сырье для производства стали.

МЕТИНВЕСТ НА ЛАДОНИ

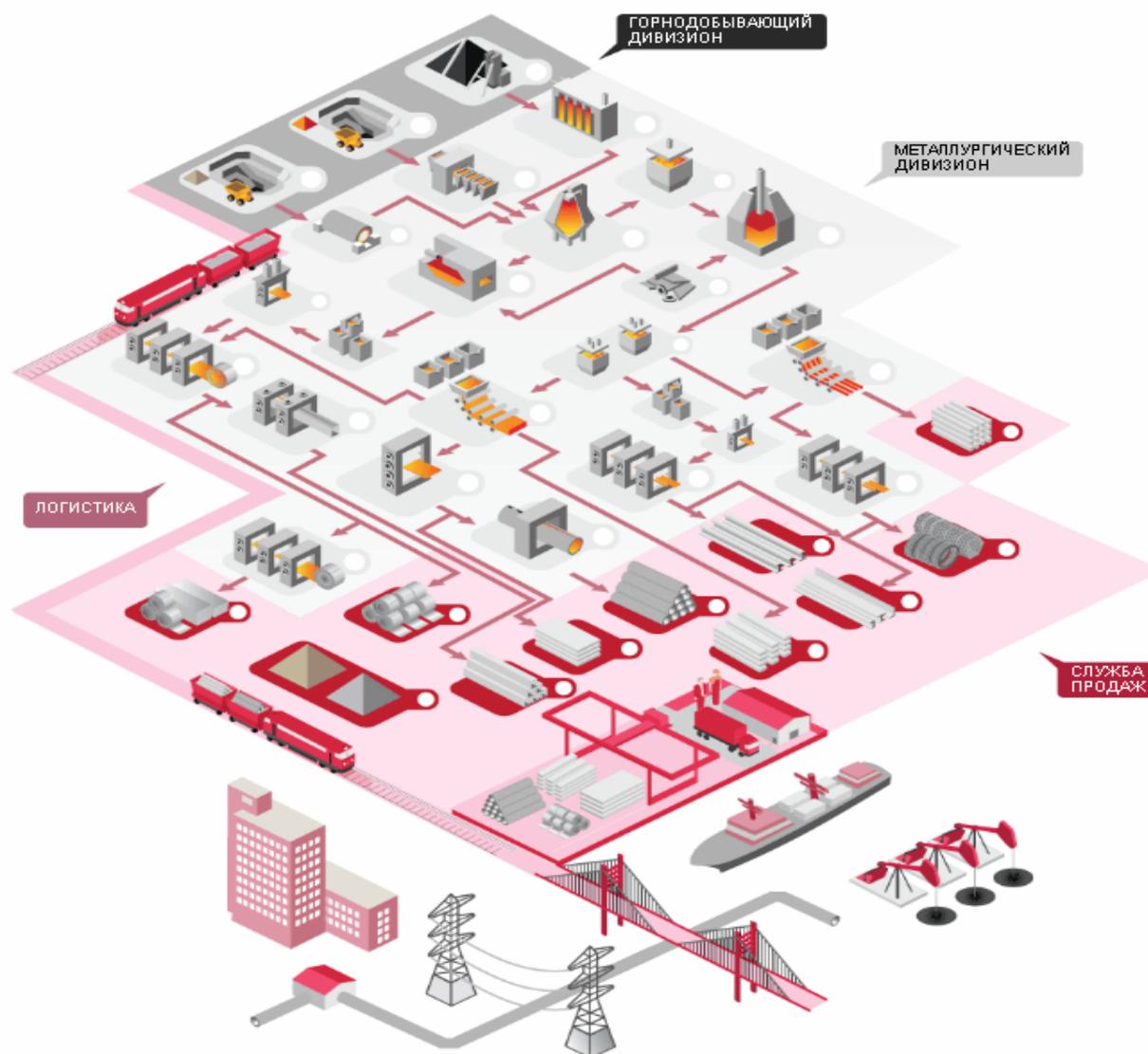


Рис.3.4 Схема вертикальной интеграции холдинга МетИнвест

3.3.2 Ингулецкий горно-обогатительный комбинат <http://ingok.metinvestholding.com/ru>

Ингулецкий ГОК, одно из крупнейших в Украине горнодобывающих предприятий, специализируется на добыче железной руды и производстве железорудного концентрата с содержанием железа от 63,7% до 67,2%. Предприятие было основано в 1965 году и вошло в состав Группы Метинвест в ноябре 2007 года.

ИнГОК первым в Украине начал использовать для производства концентрата передовые технологии флотационного обогащения. Сырьем для производства концентрата являются железистые кварциты Ингулецкого месторождения, запасы которого (в соответствии со стандартом JORC) составляют 937 млн. тонн минеральных ресурсов, в том числе 444 млн. тонн железной руды.

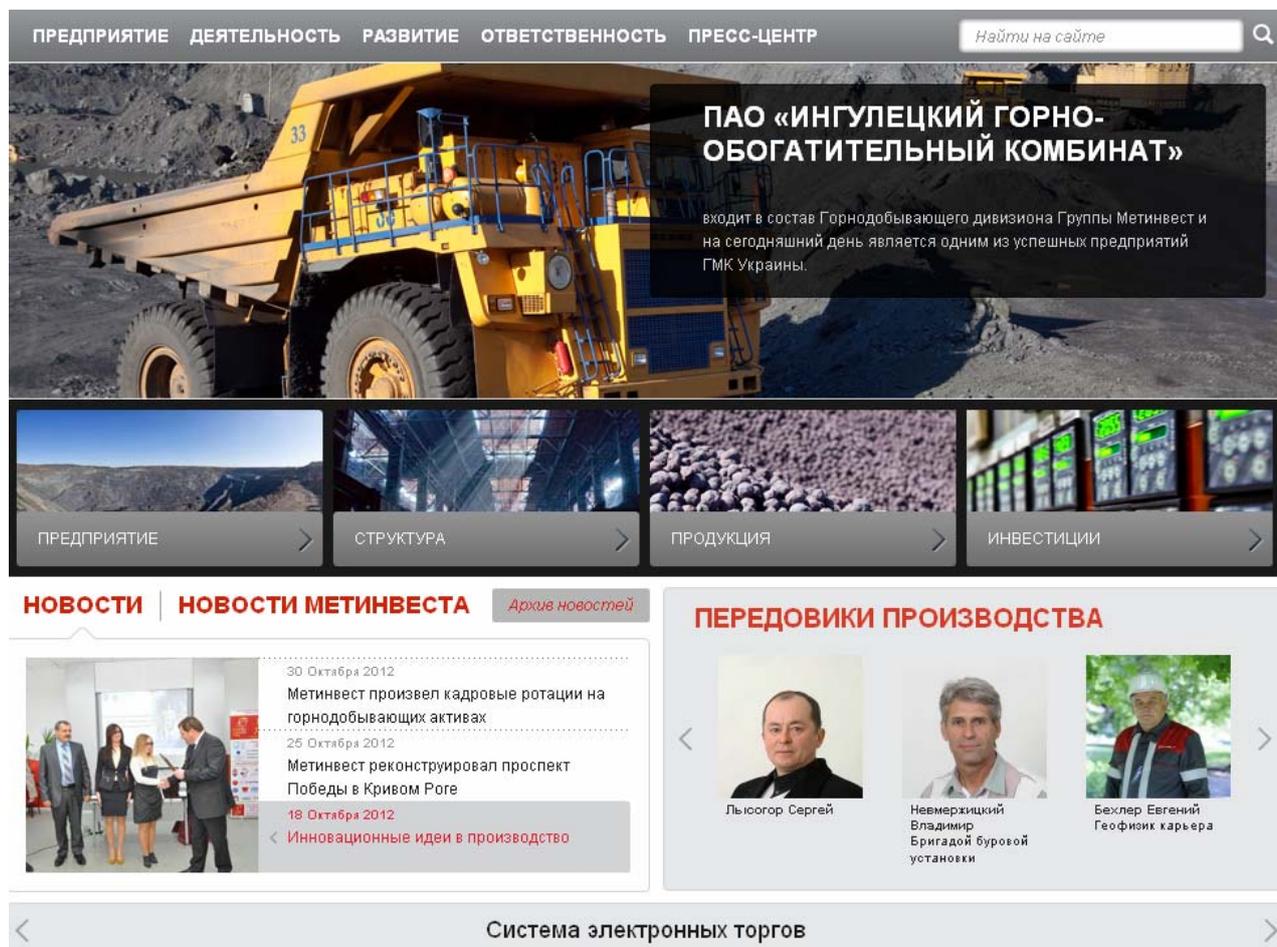


Рис.3. 5 Главная страница сайта Ингока <http://ingok.metinvestholding.com/ru>

Годовая производственная мощность предприятия составляет 15 млн. тонн концентрата. Добыча руды в карьере ведется открытым способом с

использованием буровзрывных работ и вывозом вскрышных пород во внешние отвалы.

Метинвест увеличил выпуск высококачественного товарного концентрата с содержанием железа свыше 67% до 6,8 млн. тонн за счет строительства второго комплекса магнито-флотационной доводки концентрата на Ингулецком ГОКе. Общая стоимость проекта составила около 340 млн. гривен. Комплекс введен в эксплуатацию в 2011 г.

Мощность второго комплекса магнито-флотационной доводки концентрата (МФДК) составляет около 3,6 млн. тонн товарного концентрата в год. В 2010 г. в строительство комплекса вложено свыше 130 млн. гривен.

Ингулецкий горно-обогатительный комбинат единственное предприятие в Группе Метинвест, где успешно применяется технология магнито-флотационной доводки концентрата (МФДК). В настоящее время на предприятии работает комплекс МФДК с объёмом производства свыше 3,2 млн. тонн в год.

Система управления качеством, действующая на предприятии, сертифицирована на соответствие международному стандарту ISO 9001:2000 Бюро Веритас (Bureau Veritas Certification, Франция).

3.3.3 Северный горно-обогатительный комбинат **<http://sevgok.metinvestholding.com/ru>**

Северный ГОК является одним из крупнейших горнодобывающих предприятий Европы и производит железорудный концентрат (содержание железа 66%) и окатыши (содержание железа 60,3% и 63,5%).

Производственные мощности предприятия позволяют производить 14,2 млн. тонн концентрата и 11,1 млн. тонн окатышей. Сырьевой базой предприятия являются большие месторождения железистых кварцитов, которые разрабатываются Первомайским и Анновским карьерами, общие промышленные запасы которых по методике JORC составляют 3 807 млн. тонн минеральных ресурсов, в том числе 713 млн. тонн железной руды.

С момента ввода в эксплуатацию дробильной фабрики № 3 в 2006 году добыча руды в Первомайском карьере производится с применением циклично-поточной технологии, внедрение которой позволило снизить затраты на транспортировку руды для дальнейшей переработки и увеличить производственную мощность карьера. Это самый масштабный проект в горнорудной отрасли независимой Украины.

На предприятии действует система управления качеством, сертифицированная на соответствие стандарту ISO 9001.

Производство ЖРС на Северном горно-обогатительном комбинате было начато в 1963 году, добыча руды в Первомайском карьере была начата в 1961 году.

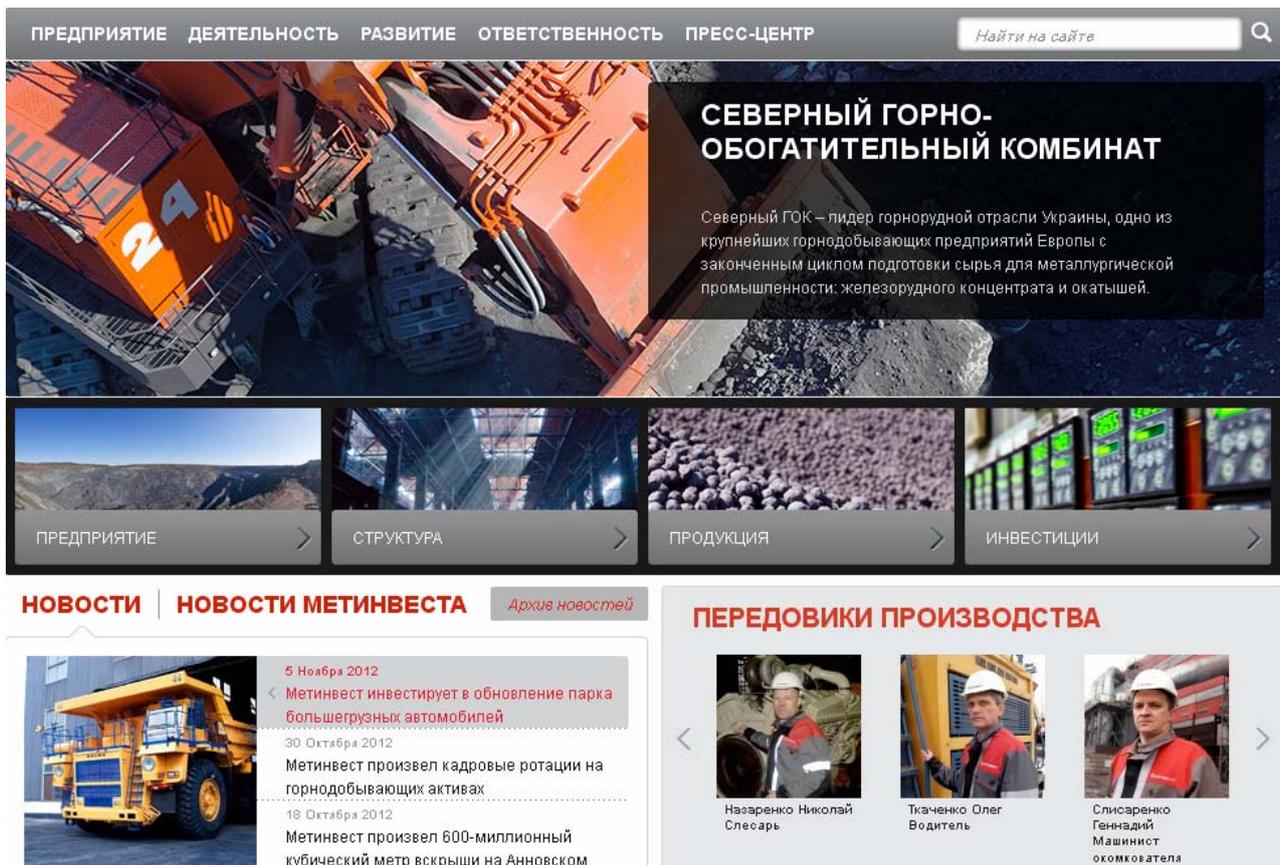


Рис 3.6 Сайт Севгока <http://sevgok.metinvestholding.com/ru>

3.3.4 Центральный горно-обогатительный комбинат <http://cgok.metinvestholding.com/ru>

Центральный ГОК занимает шестое место среди горнодобывающих предприятий Украины. Годовая производственная мощность предприятия составляет 6 млн. тонн концентрата и 2,2 млн. тонн окатышей.

ЦГОК производит товарный железорудный концентрат с содержанием железа 65% и 68,2%, а также окатыши со средним содержанием железа 63,9%.

Сырьевой базой предприятия являются месторождения железистых кварцитов, разрабатываемые Глееватским, Петровским и Артемовским карьерами, а также полем шахты им. Орджоникидзе, общие промышленные запасы которых по методике JORC составляют 2 689 млн. тонн минеральных ресурсов, в том числе 710 млн. тонн железной руды.

ЦГОК является уникальным предприятием в Украине, которое объединяет открытую и подземную добычу магнетитовых кварцитов, с последующим обогащением.

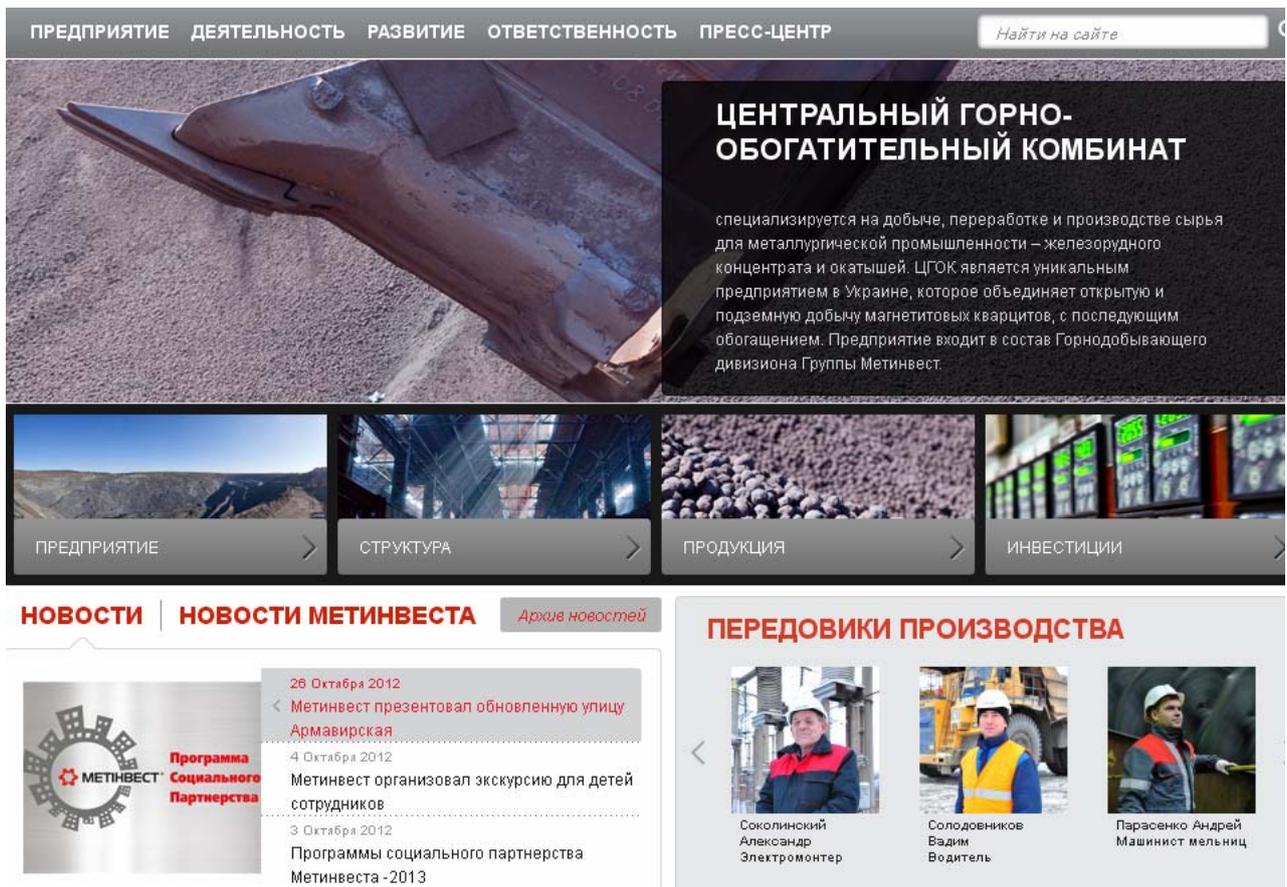


Рис.3.7 Сайт Цгока <http://cgok.metinvestholding.com/ru>

В 2004 году на Центральном ГОКе впервые в Украине была разработана и внедрена технология переработки хвостов, обогащения и использования их в качестве вторичного сырья. Данная технология позволяет ежегодно освобождать до 0,4 млн. куб. м емкости шламохранилища и производить железосодержащий концентрат из хвостов обогащения. В 2007 году на ЦГОКе из хвостов обогащения начато производство железорудного концентрата с содержанием железа 65%. В этом же году с целью повышения качества подаваемого на фабрику промышленного продукта из песков, на предприятии был построен и введен в эксплуатацию комплекс дообогащения лежалых песков.

На предприятии действует система управления качеством, сертифицированная на соответствие стандарту ISO 9001.

Центральный ГОК был основан в 1961 году. Добыча железной руды была начата в 1957 году в Глееватском карьере. Разработка Петровского карьера началась в 1977 году, Артёмовского — в 1985-м. Шахта им. Орджоникидзе поставляет на комбинат железную руду с 1985 г., а в 1999 г. шахта вошла в состав комбината.

3.3.5 Комсомольское рудоуправление <http://kru.metinvestholding.com/ru>

Комсомольское рудоуправление обеспечивает флюсовым известняком металлургическую, химическую, пищевую промышленность, строительные предприятия и сельское хозяйство Украины и стран ближнего зарубежья – всего более ста предприятий.

В настоящее время в состав рудоуправления входят три действующих карьера и две дробильно-обогащительные фабрики. Добыча полезного ископаемого ведется на карьерах Северный, Южный и Жеголевский. Разработка флюсовых известняков производится открытым способом по транспортной схеме, с использованием на выемочно-погрузочных работах экскаваторов типа ЭКГ-5, ЭКГ-8 и ЭКГ-10. Транспортировка полезного ископаемого производится с использованием большегрузных автомобилей марки БелАЗ грузоподъемностью 45 и 110 тонн. Переработка сырья производится на дробильно-обогащительных фабриках ДОФ-№1 и ДОФ-№2 с применением циклично-поточной технологии.

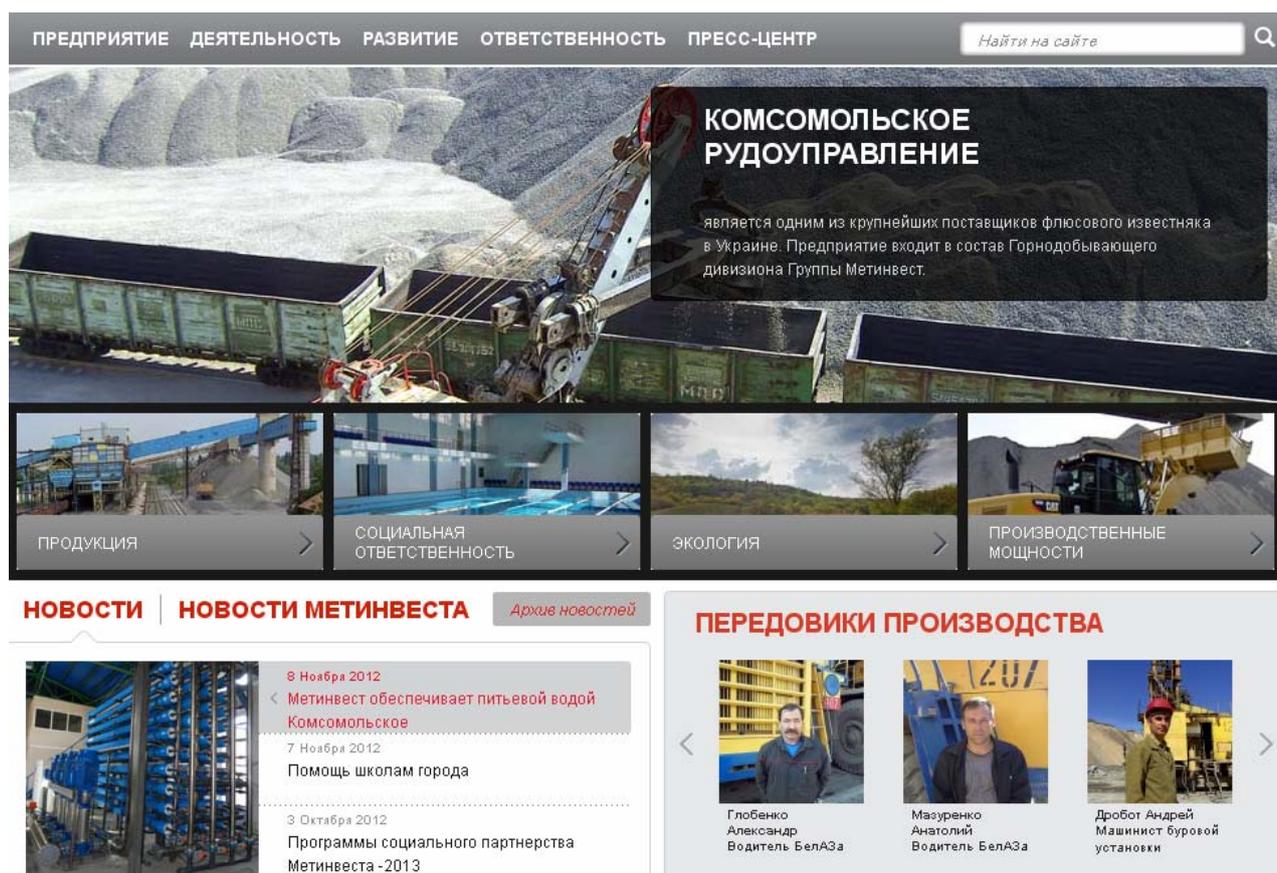


Рис. 3.8 Сайт Комсомольского рудоуправления
<http://kru.metinvestholding.com/ru>

На сегодняшний день мощность предприятия составляет 10-12 млн. тонн товарного известняка в год.

В 2009 году на основании результатов проверки и оценки системы управления качеством ЧАО «Комсомольское рудоуправление» получило сертификат, подтверждающий соответствие производимого предприятием флюсового известняка международным требованиям ДСТУ ISO 9001 – 2008 (ISO 9001:200, IDT).

В 2011 году Комсомольское рудоуправление включено в состав Горнодобывающего дивизиона Группы Метинвест.

3.3.6 Краснодонуголь <http://coal.metinvestholding.com/ru>

Краснодонуголь занимает второе место среди крупнейших в Украине компаний по добыче коксующегося угля.

Предприятие специализируется на добыче и обогащении коксующихся углей марок «Ж» и «К» и расположено в Краснодоне (Луганская область, Украина). Основными потребителями продукции Краснодонугля являются коксохимические предприятия Группы Метинвест: Авдеевский КХЗ и коксохимическое производство МК «Азовсталь».

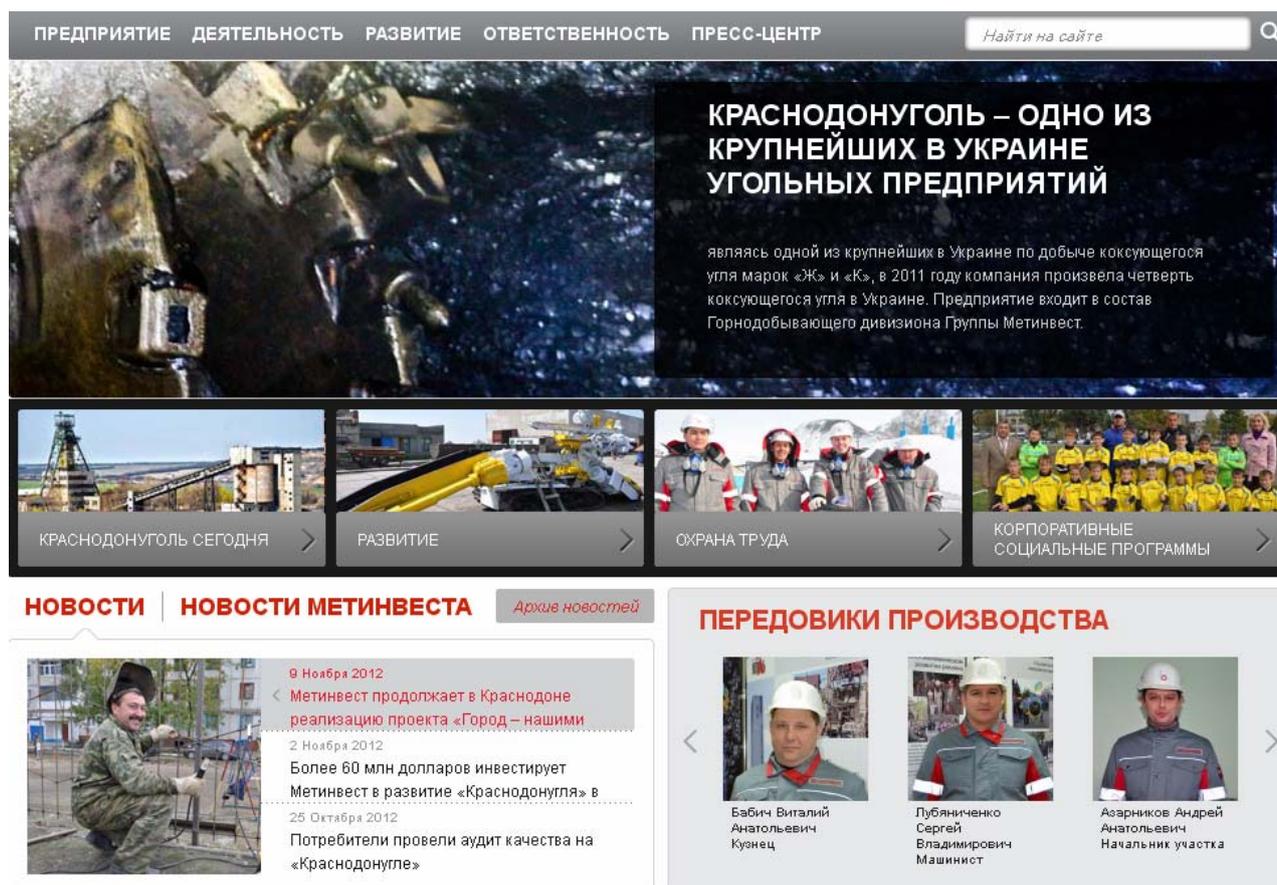


Рис. 3.9 Сайт ПАО Краснодонуголь <http://coal.metinvestholding.com/ru>

ПАО «Краснодонуголь» положили начало шахты рудника Сорокино, выдавшие первые 110 тыс. тонн угля в 1914 году.

В 1935 г. был создан трест «Сорокиноуголь», в который вошло 25 угольных шахт. В 1936 г. трест был переименован в «Краснодонуголь». В 1940 г. здесь было добыто 2,44 млн. тонн угля, объем проведения горных выработок достиг 30 км. За более чем 95 лет деятельности (1914 - 2009 гг.) на шахтах Краснодонугля добыто более 375 млн. тонн угля.

3.3.7 United Coal Company <http://ucc.metinvestholding.com/en>

Компания United Coal (UCC) осуществляет добычу коксующегося и энергетического угля в Центральном Аппалачском угольном бассейне США. Компания была образована в 2004 году. Весной 2009 года UCC вошла в состав Метинвеста.

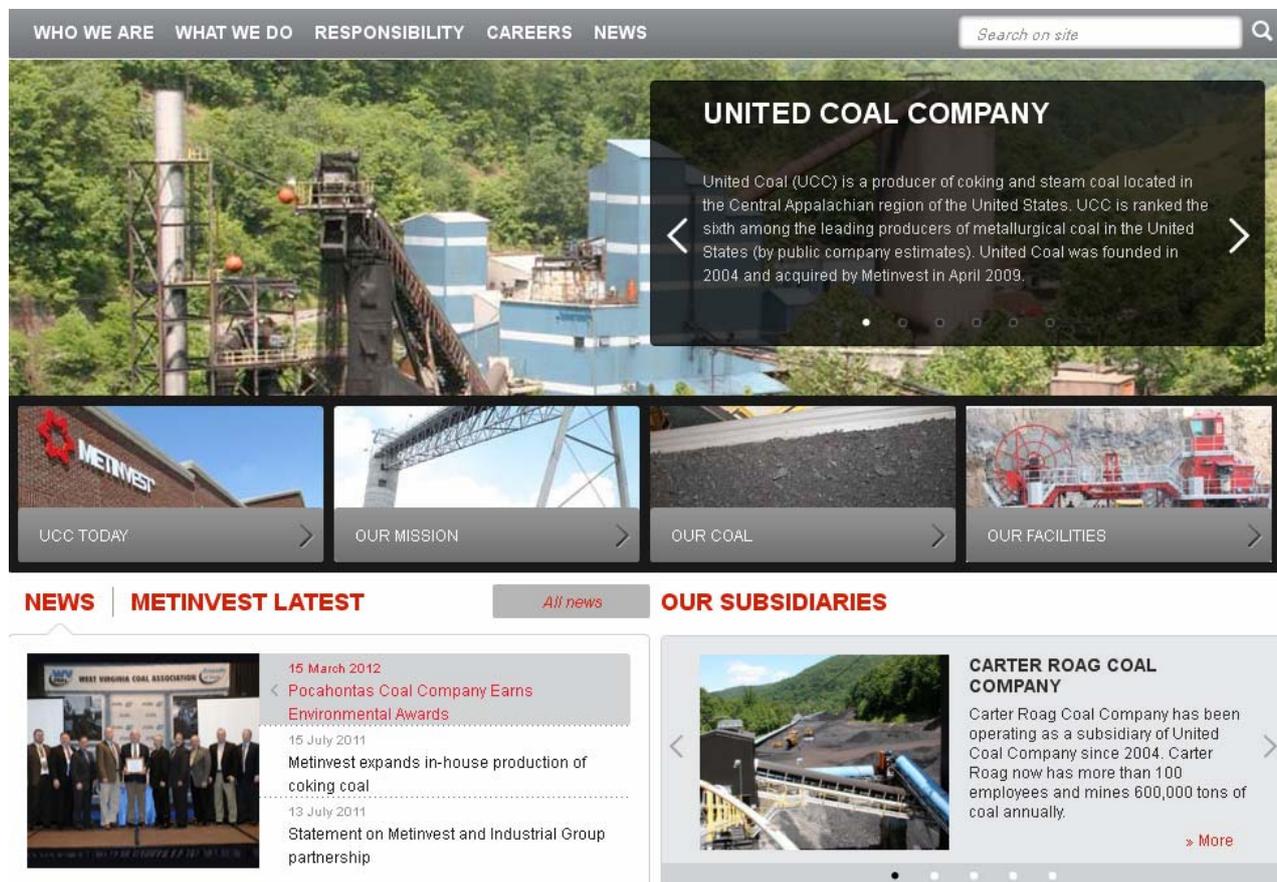


Рис.3.10 Сайт United Coal (UCC) <http://ucc.metinvestholding.com/en>

UCC входит в число ведущих производителей коксующегося угля в США, занимая шестое место (в списке открытых акционерных компаний) среди американских производителей коксующегося угля.

Компания UCC добывает коксующийся и энергетический уголь в штатах Западная Вирджиния, Вирджиния и Кентукки.

Подтвержденные запасы согласно методологии U.S. Securities Exchange

Commission standards по состоянию на 31 декабря 2009 года составили 151 млн. тонн высококачественных углей, большую часть которых составляет высококачественный коксующийся уголь.

Производственные мощности четырех подразделений, входящих в состав United Coal Company, превышают 9 млн. тонн угля в год (9,2 млн. тонн).

3.3.8 Металлургический дивизион Метинвест

Металлургический дивизион объединяет коксохимическое, сталеплавильное, прокатное и трубное производства Группы Метинвест. Метинвест является крупнейшей металлургической компанией Украины и одной из крупнейших в СНГ, обеспечивая более 40% национального производства стали, входит в 10-ку крупнейших производителей толстолистого проката, занимает 24-е место в ряду крупнейших металлургических компаний мира по версии worldsteel.

Метинвест производит широкую номенклатуру коксохимической и металлопродукции, включая непрерывнолитые слябы и квадратную заготовку, толстолистовой прокат, горячекатаные и холоднокатаные рулоны и листы, сортовой и фасонный прокат, рельсы, рельсовые скрепления и мелющие шары, а также электросварные трубы большого диаметра для магистральных газо- и нефтепроводов.

Качество продукции Метинвеста отслеживается на каждом из этапов интегрированной производственной цепочки – от добычи угля и руды до производства готовой металлопродукции, при этом, показатели качества продукции, произведенной под брендом МЕТИНВЕСТ®, полностью соответствуют самым строгим требованиям современных международных стандартов. На всех предприятиях Дивизиона внедрены и действуют Системы управления качеством, сертифицированные на соответствие международному стандарту ISO 9001.

В Металлургический дивизион входит 8 металлургических предприятий в Украине и странах Европы: Металлургический комбинат «Азовсталь»; Мариупольский металлургический комбинат им. Ильича; Енакиевский металлургический завод; Харцызский трубный завод, являющийся единственным производителем сварных труб большого диаметра в Украине; а также Авдеевский коксохимический завод - один из ведущих в Европе и крупнейшее в Украине коксохимическое предприятие и крупнейший производитель нафталина в Европе - Инкор и Ко.

В Европе Группа Метинвест представлена прокатными предприятиями в Италии, Великобритании и Болгарии. Ferriera Valsider (Верона, Италия) производит порядка 500 тыс. тонн толстолистого и рулонного проката в год. Metinvest Trameal и Spartan UK производят толстолистовой прокат и расположены в Сан-Джорджио ди Ногаро (Италия) и Ньюкасл (Великобритания) соответственно. Промет Стил АД — современное прокатное предприятие в Болгарии, основной продукцией которого является сортовой и фасонный прокат.

3.3.9 Металлургический комбинат «Азовсталь» <http://azovstal.metinvestholding.com/ru>

Азовсталь – один ИЗ лидеров Украинской металлургии. Это высокоэффективное металлургическое предприятие полного цикла – от производства кокса и агломерата, до выплавки стали и выпуска высококачественного плоского проката, сортовых и фасонных профилей.

В состав металлургического комбината «Азовсталь» входят: коксохимическое производство, цех агломерации, доменный цех в составе пяти доменных печей, сталеплавильный комплекс в составе конвертерного цеха, прокатный комплекс в составе толстолистого цеха, рельсобалочного цеха и входящего в него отделения крупного сорта и цеха рельсовых скреплений.

Производственные мощности предприятия позволяют производить 5,7 млн. тонн чугуна в год, 6,2 млн. тонн стали и 5,2 млн. тонн готового проката в год.

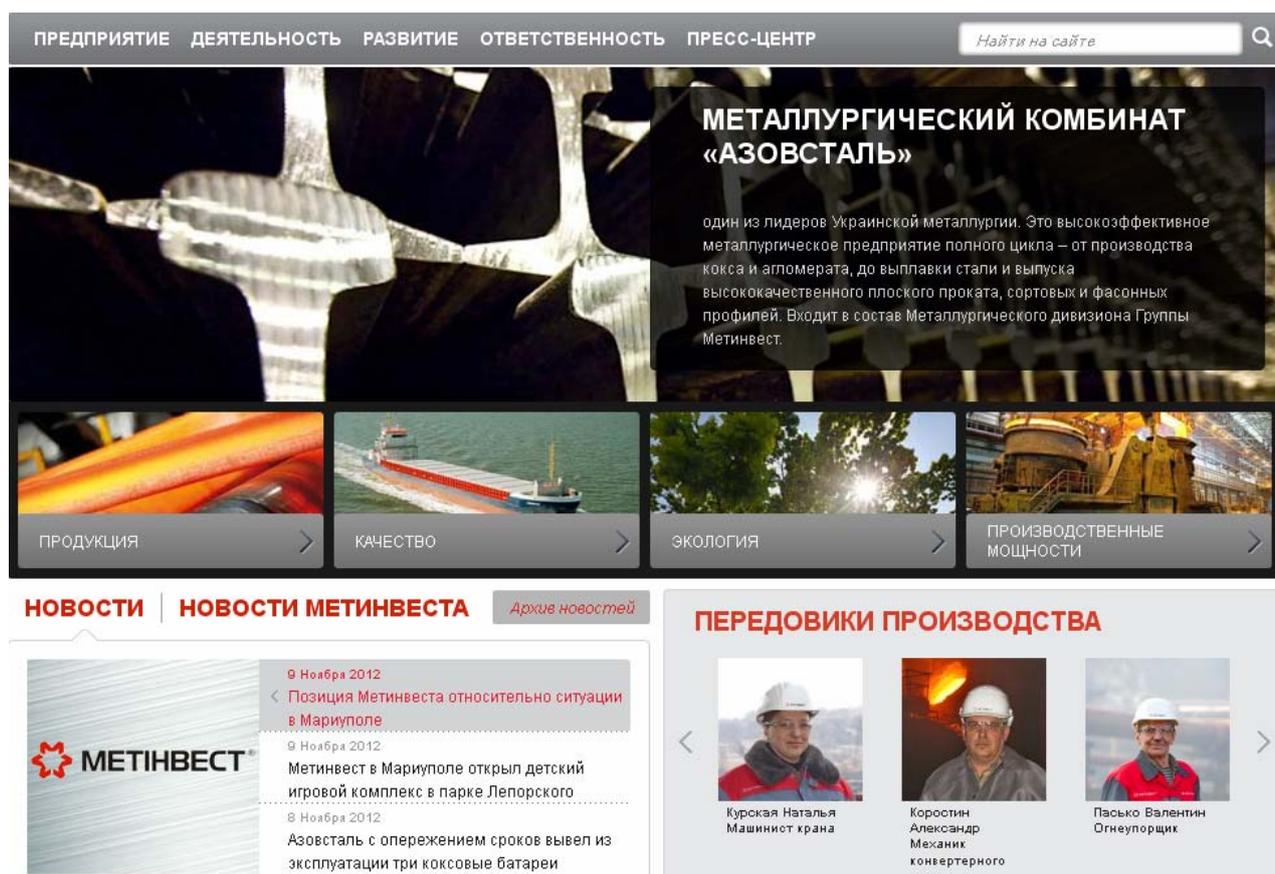


Рис.3.11 Сайт Металлургический комбинат «Азовсталь»
<http://azovstal.metinvestholding.com/ru>

Комбинат является единственным в Украине производителем высококачественного толстолистого проката толщиной от 6 до 200 мм и шириной 1500 – 3200 мм для судостроения, энергетического и специального

машиностроения, мостостроения, изготовления труб большого диаметра для магистральных газо- и нефтепроводов в северном исполнении, глубоководных сооружений. Прокат подвергается 100%-му неразрушающему ультразвуковому контролю. Именно на «Азовстали» было налажено поточное производство сверхпрочной стали категорий X70 и X80.

Азовсталь – ведущее предприятие в Украине – производитель железнодорожных рельс и рельсовых скреплений.

На предприятии действует Система управления качеством, сертифицированная Американским институтом нефти (API) как соответствующая требованиям стандартов API, а также требованиям, предъявляемым к производителям толстолистного проката для глубоководных морских сооружений. Система управления качеством, охватывающая производство непрерывнолитых слябов, слитков, толстолистного, сортового и фасонного проката из углеродистой, низколегированной и легированной стали сертифицирована QMI как соответствующая требованиям ISO 9001 (ДСТУ ISO 9001, ГОСТ Р ИСО 9001), система управления качеством в коксохимическом производстве также сертифицирована по ISO 9001 (TUV Nord CERT GmbH).

Высокое качество продукции предприятия подтверждено сертификатами ведущих сертификационных и классификационных обществ мира: Lloyd's Register of Shipping, Germanischer Lloyd, Det Norske Veritas, American Bureau of Shipping, Bureau Veritas, Registro Italiano Navale (RINA), Nippon Kaiji Kyokai (NKK), API, TUV NORD CERT GmbH, Регистр судоходства Украины и Морской регистр судоходства России.

3.3.10 ММК им. Ильича <http://ilyichsteel.metinvestholding.com/ru>

Мариупольский металлургический комбинат имени Ильича — одно из крупнейших предприятий Украины с полным металлургическим циклом.

В состав металлургического комбината входят: крупнейшая в Европе аглофабрика (12 агломашин), химико-металлургическая фабрика, доменный цех в составе пяти доменных печей, известково-обжигательный цех, сталеплавильный комплекс в составе кислородно-конвертерного и мартеновского цехов, прокатный комплекс в составе листопрокатного цеха – 1700 со слябингом 1150, цеха холодной прокатки, ЛПЦ-3000 и ЛПЦ-4500, трубоэлектросварочный цех, а также цех по производству труб и баллонов.

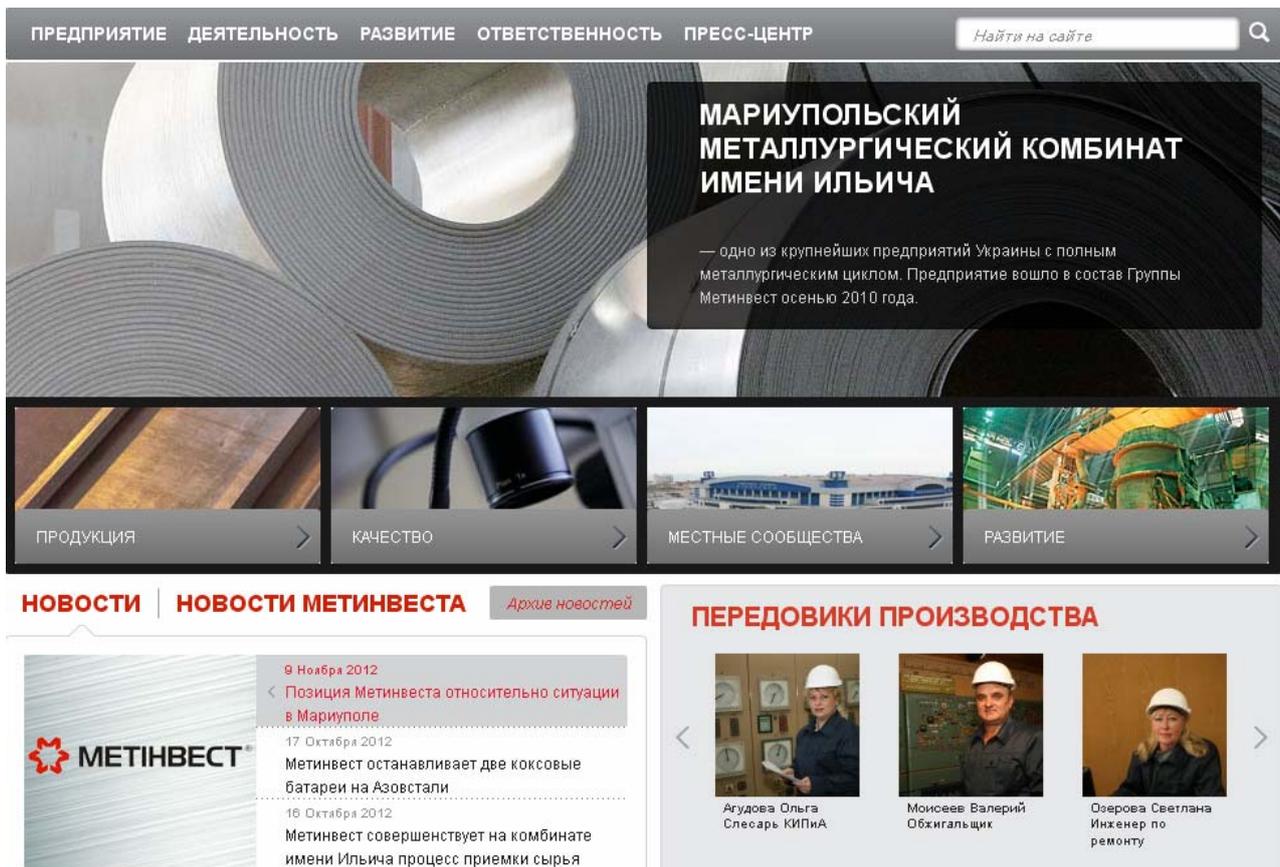


Рис.3.12 Сайт ММК им. Ильича <http://ilyichsteel.metinvestholding.com/ru>

Предприятие производит плоский прокат и трубы из углеродистых, низколегированных и легированных сталей различного назначения: горячекатаные плиты и толстые листы, предназначенные для изготовления магистральных труб, морских судов, сосудов, работающих под давлением, мостовых конструкций, других металлоконструкций ответственного назначения; горячекатаные толстые и тонкие листы и полосы, в т.ч. травленные; холоднокатаные, в т.ч. оцинкованные тонкие ленты, листы и полосы, в т.ч. для холодной штамповки, изготовления профнастила и др.

Комбинат имени Ильича также производит трубы толстостенные, в т.ч. нефтяного сортамента, трубы водо- и газопроводные сварные тонкостенные круглого сечения и конструкционные прямоугольного сечения, баллоны для сжатых газов различного назначения.

Подтверждением высокого качества выпускаемой предприятием продукции являются 50 сертификатов качества, выданных семью международными сертификационными обществами на металлопродукцию более чем из 200 марок стали, а также украинскими сертификационными органами на различную продукцию комбината. На ММК им. Ильича действует Система управления качеством, разработанная и сертифицированная в соответствии с требованиями ISO 9001.

3.3.11 Енакиевский металлургический завод <http://emz.metinvestholding.com/ru>

Енакиевский МЗ – металлургическое предприятие полного цикла, состоящее из ПАО «Енакиевский металлургический завод» и ООО СП «Метален», работающих на одной производственной площадке. ЕМЗ является одним из ведущих мировых производителей квадратной заготовки.

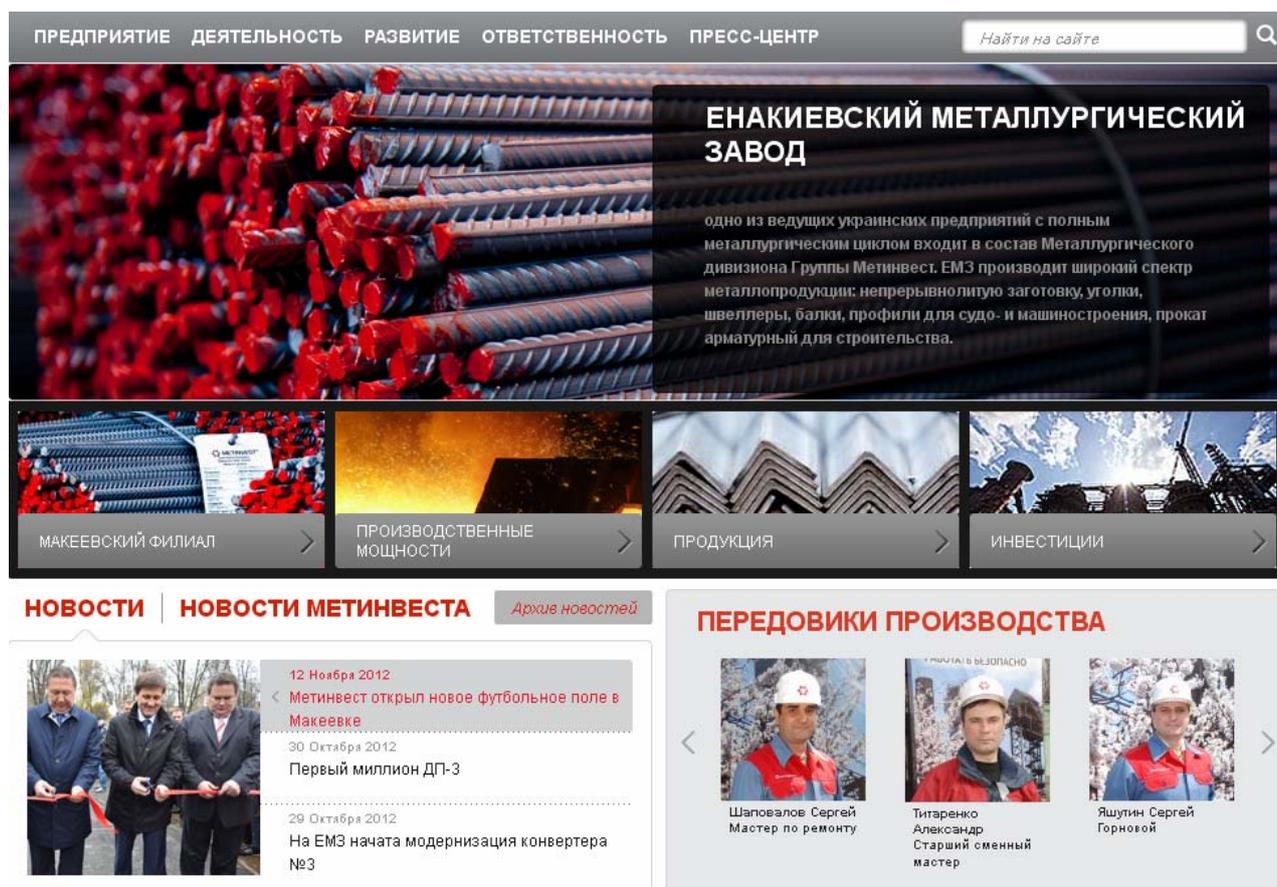


Рис.3 13 Сайт Енакиевского металлургического завода
<http://emz.metinvestholding.com/ru>

В состав предприятия входит доменный цех (3 доменных печи), сталеплавильный комплекс, состоящий из 3 кислородных конвертеров, двух установок «печь-ковш» и двух 6-ти ручьевых машин непрерывного литья заготовок (МНЛЗ), а также прокатный комплекс, состоящий из 4 сортопрокатных станов.

Предприятие производит широкий спектр металлопродукции: непрерывнолитую квадратную заготовку, уголки, швеллеры, балки, профили для судо- и машиностроения, прокат арматурный для железобетонных конструкций из углеродистой, конструкционной, низкоуглеродистой и низколегированной стали.

Производственные мощности ЕМЗ позволяют производить более 2,5 млн.

тонн чугуна, 2,7 млн. тонн стали и 1 млн. тонн готового проката в год.

На предприятии действует система управления качеством, сертифицированная на соответствие требованиям стандарта ISO 9001:2008: TUV Thuringen выдало сертификат соответствия стандарту EN ISO 9001:2008, Британское сертификационное общество по арматурным сталям «CARES» подтвердило соответствие системы управления качеством ЕМЗ требованиям британского стандарта BS ISO 9001.

Полособульбовые профили, имеющие широкое применение в современном судостроении, и условия их производства прошли сертификацию классификационного общества Lloyd's Register of Shipping (Великобритания).

В 2008 году арматурный прокат классов А-400С и А-500С успешно прошел сертификацию органом по сертификации продукции в области строительства Республики Беларусь 23-12-2010 — получен сертификат соответствия продукции, используемой в строительной индустрии, требованиям технических нормативно правовых актов СТБ 1704-2006 Республики Беларусь.

Макеевский филиал ПАО «ЕМЗ» — это высокотехнологичное предприятие, оснащенное самыми современными в Украине прокатными станами: среднесортным станом-390 и проволочным станом-150.

Среднесортный стан-390 введен в эксплуатацию в июле, 2009 года позволяет производить весь сортамент арматурного проката в диаметрах 8-40 мм, изготавливать арматуру в прутках до А500 класса прочности, а из легированных марок стали — до Ат800, особо востребованных в высокотехнологичном строительстве и мостостроении, конструкционные круги ф 10-14; шестигранники 14-26, 30, 32, 36-42, 46,48 мм; квадрат 14-26 и 30 мм; уголки 25, 32, 35, 40, 45, 50 и 63 мм. Проектная мощность стана составляет 720 тыс. тонн готового проката в год.

Метинвест стал первой компанией в Украине, наладившей производство арматурного проката с «минусовым» допуском согласно ДСТУ 3760-2006. В ноябре 2010 года была реализована первая партия арматуры производства Макеевского металлургического завода, выпущенная с соблюдением норм усиленного контроля качества. А в декабре 2010 года на предприятии была внедрена инновационная технологии прокатки арматуры в 4 ручья. Ожидается, что общая производительность прокатного стана при использовании новой технологии проката увеличится более чем на 15%. Эта технология освоена на отдельных заводах в Италии, Турции, России — а теперь, благодаря опыту Метинвеста, и в украинской промышленности.

Проволочный стан-150 производит катанку в диаметрах от 5,5 до 12,5 мм. Проектная мощность стана составляет до 800 тыс. т. продукции в год.

В апреле 2010 года был получен Сертификат соответствия системы менеджмента требованиям стандарта EN ISO 9001-2005 в сфере производства сортового и фасонного проката. Качество арматуры класса А500С производства стана-390 Макеевского металлургического завода полностью соответствует ДСТУ 3760:2006, что зафиксировано в Протоколе проведенных испытаний №127 от 20.07.09 Институтом электросварки им Е.О. Патона.

3.3.12 Харцызский трубный завод <http://pipe.metinvestholding.com/ru>

«Харцызский трубный завод» — крупнейший в СНГ производитель прямошовных электросварных труб большого диаметра для магистральных газо- и нефтепроводов.

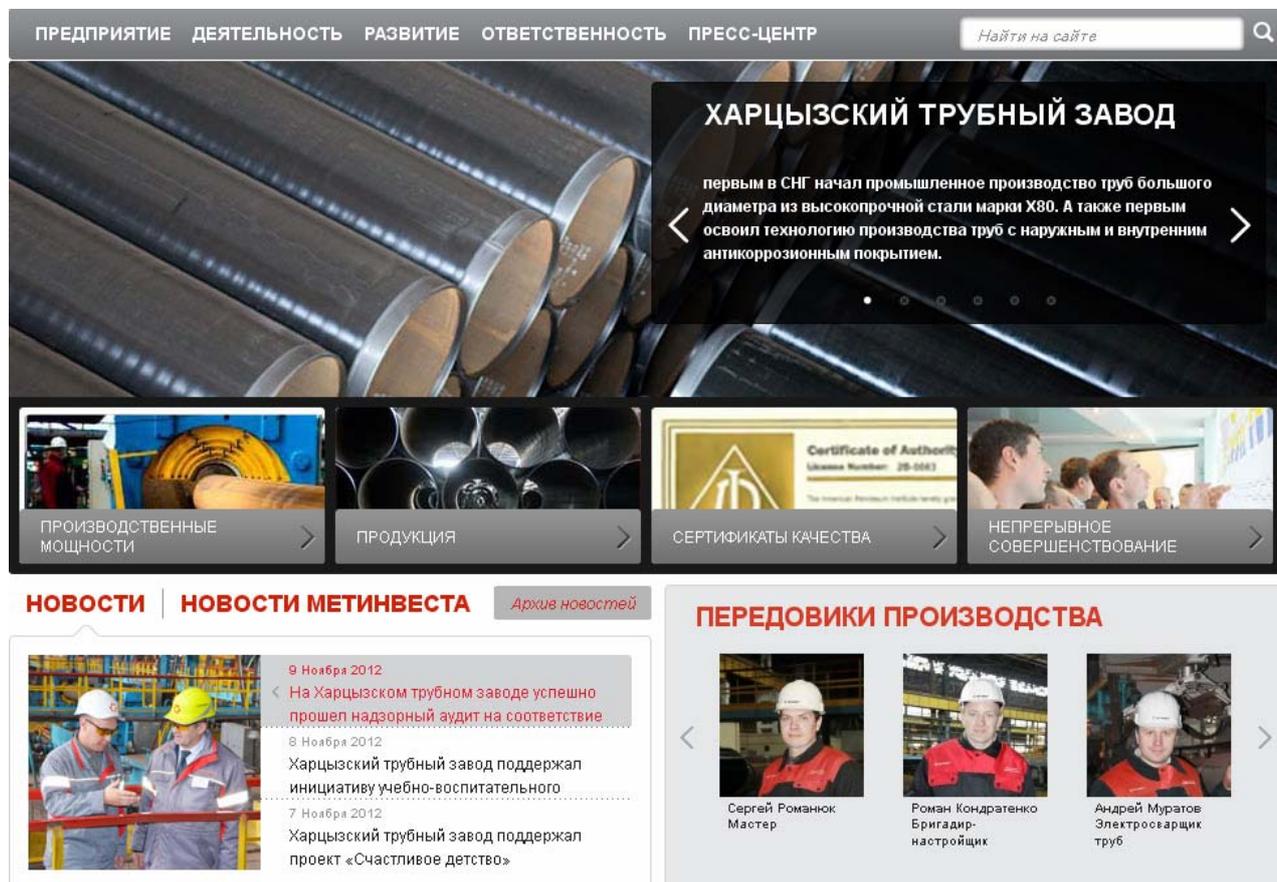


Рис.3.13,а Сайта Харцызского трубного завода <http://pipe.metinvestholding.com/ru>

В основе производственного комплекса ХТЗ: трубоэлектросварочный цех №2 (ТЭСЦ №2) и трубосварочный цех №4 (ТСЦ №4).

В ТЭСЦ №2 производятся трубы диаметром 508-1422 мм с одним продольным швом, двухшовные трубы диаметром 1220 и 1420 мм длиной 12,0 м для магистральных водо-, газо- и нефтепроводов с рабочим давлением до 11,8 МПа.

В ТСЦ №4 на весь сортамент производимой продукции наносится внешнее и внутреннее антикоррозионное покрытие. Срок службы трубопроводов с заводской изоляцией – более 30 лет. Температура длительной эксплуатации труб в грунтах различной агрессивности и влажности составляет от -20°C до +60°C.

Производственная мощность предприятия составляет 1,4 млн. тонн труб в год.

На Харцызском трубном заводе действует интегрированная Система управления качеством, соответствующая требованиям стандартов: ISO 9001:2000, ISO 14001:2004, OHSAS 18001:1999, API Spec Q1, ДСТУ ISO 9001:2001.

3.3.13 Промет Стил

http://www.scm.com.ua/ru/business/list/view/promet_steel/

«Промет Стил» АД – прокатный завод, производящий сортовой и фасонный прокат и расположенный в г. Бургас (Болгария), что в 25 км от порта Бургас.

СИСТЕМ КЕПІТАЛ МЕНЕДЖМЕНТ

ГЛАВНАЯ | СЕКТОРЫ БИЗНЕСА | АРХИВ ДОКУМЕНТОВ | КАРТА САЙТА | РУС UKP ENG

ГРУППА СКМ | БИЗНЕС СКМ | ОТВЕТСТВЕННОСТЬ | СВЯЗИ С ИНВЕСТОРАМИ | РАБОТА В СКМ | МЕДИА-ЦЕНТР | КОНТАКТЫ

Главная _ Бизнес СКМ _ Список активов

СПИСОК АКТИВОВ: ПРОМЕТ СТИЛ

ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ > | НАПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСА > | СПИСОК АКТИВОВ > | КАРТА АКТИВОВ >

МЕТІНВЕСТ®

«Промет стил» АД – перекатный завод, производящий сортовой и фасонный прокат.

На сегодняшний день Промет Стил располагает прокатным станом «300», проектной мощностью 800 тыс. тонн проката в год.

В 2009 году на стане 300 «Промет Стил» было произведено 277,957 тыс. тонн проката, в т.ч.: 269,787 тыс. тонн арматуры и 8,170 тыс. тонн сортового проката (уголок, полоса, круг).

[Карта активов](#)
[Список активов](#)

Рис. 3.14 Сайт компании Промет Стил в составе группы инвесторов СКМ
http://www.scm.com.ua/ru/business/list/view/promet_steel/

На сегодняшний день Промет Стил располагает прокатным станом «300», проектной мощностью 800 тыс. тон проката в год, позволяющим выпускать следующую продукцию:

Арматура: толщиной 8-40 мм по BDS, DIN, BS, UNE, ASTM, NEN, CAN/CSA, LNEC, ELOT, STAS, DSTU.

Круг: диаметр 10-60 мм по EN 10025, EN 10083, ДСТУ 3760 : 2006, ДСТУ 2290 – 88, ГОСТ 8509-93, ГОСТ 535-2005, ГОСТ 380-2005, ГОСТ 1050-1988, ГОСТ 2590-2006.

Равнополочный уголок: 25-51 мм с толщиной 3-6,4 мм по EN10056, ДСТУ 4484 : 2005, ДСТУ 2251 – 93, ГОСТ 8509-93, ГОСТ 535-2005.

Полоса стальная: 30-80 мм с толщиной от 5 до 15 мм по EN10058, ДСТУ 4484 : 2005, ДСТУ 4747 : 2007, ГОСТ 103-2006, ГОСТ 535-2005, ГОСТ 380-2005.

Новые виды продукции, запланированные к освоению в 2011 году: швеллер U80, U100 и U120 по DIN 1026-1, EN 10025-1, 2.

Арматурный двор, входящий в состав АО «Промет Стил», в своем составе имеет машины для правки, изгиба, резки арматурного и круглого проката для производства арматурных деталей, используемых в строительстве.

УКРРУДПРОМ | НОВОСТИ | АНАЛИТИКА | ДАЙДЖЕСТ | СПРАВОЧНИК | О НАС

предприятия | холдинги | персоны | отрасль | законодательство

ПРЕДПРИЯТИЕ

Промет Стил (Болгария)

О предприятии

"Промет Стил" АД — перекаточный завод, производящий сортовой и фасонный прокат и расположенный в г. Бургас (Болгария), что в 25 км от порта Бургас.

Предприятие входит в Группу "Метинвест". Основными акционерами "Метинвест" являются группа СКМ (71,25%) и "Смарт-холдинг" (23,75%), совместно управляющие компанией.

Продукция предприятия

На сегодняшний день Промет Стил располагает прокатным станом "300", проектной мощностью 800 тыс. тон проката в год, позволяющим выпускать следующую продукцию:

Арматура: толщиной 8-40 мм по BDS, DIN, BS, UNE, ASTM, NEN, CAN/CSA, LNEC, ELOT, STAS, DSTU.

Круг: диаметр 10-60 мм по EN 10025, EN 10083, ДСТУ 3760 : 2006, ДСТУ 2290 — 88, ГОСТ 8509-93, ГОСТ 535-2005, ГОСТ 380-2005, ГОСТ 1050-1988, ГОСТ 2590-2006.

Равнополочный уголок: 25-51 мм с толщиной 3-6,4 мм по EN10056, ДСТУ 4484 : 2005, ДСТУ 2251 — 93, ГОСТ 8509-93, ГОСТ 535-2005.

Полоса стальная: 30-80 мм с толщиной от 5 до 15 мм по EN10058, ДСТУ 4484 : 2005, ДСТУ 4747 : 2007, ГОСТ 103-2006, ГОСТ 535-2005, ГОСТ 380-2005.

Новые виды продукции, запланированные к освоению в 2011 году: швеллер U80, U100 и U120 по DIN 1026-1, EN 10025-1, 2.

Арматурный двор

Арматурный двор, входящий в состав АО "Промет Стил", в своем составе имеет машины для правки, изгиба, резки арматурного и круглого проката для производства арматурных деталей, используемых в строительстве. В апреле 2011 года введен в эксплуатацию автоматический правильно отрезной комплекс. Данная инвестиция позволила увеличить мощность арматурного двора до 15 тыс. тонн в год.

ГОРЯТ ТЕРРИКОНЫ

УКРРУДПРОМ

rabota.ua

Рис. 3.15 Сайт Промет стил в составе Метинвест
http://www.ukrrudprom.ua/reference/factory/Promet_Steel.html

В апреле 2011 года введен в эксплуатацию автоматический правильно отрезной комплекс. Данная инвестиция позволила увеличить мощность арматурного двора до 15 тыс. тонн в год.

3.3.14 Ferriera Valsider <http://valsider.metinvestholding.com/it>

Ferriera Valsider SpA – металлургический завод, который успешно работает в провинции Верона (Италия) с 2001 г.

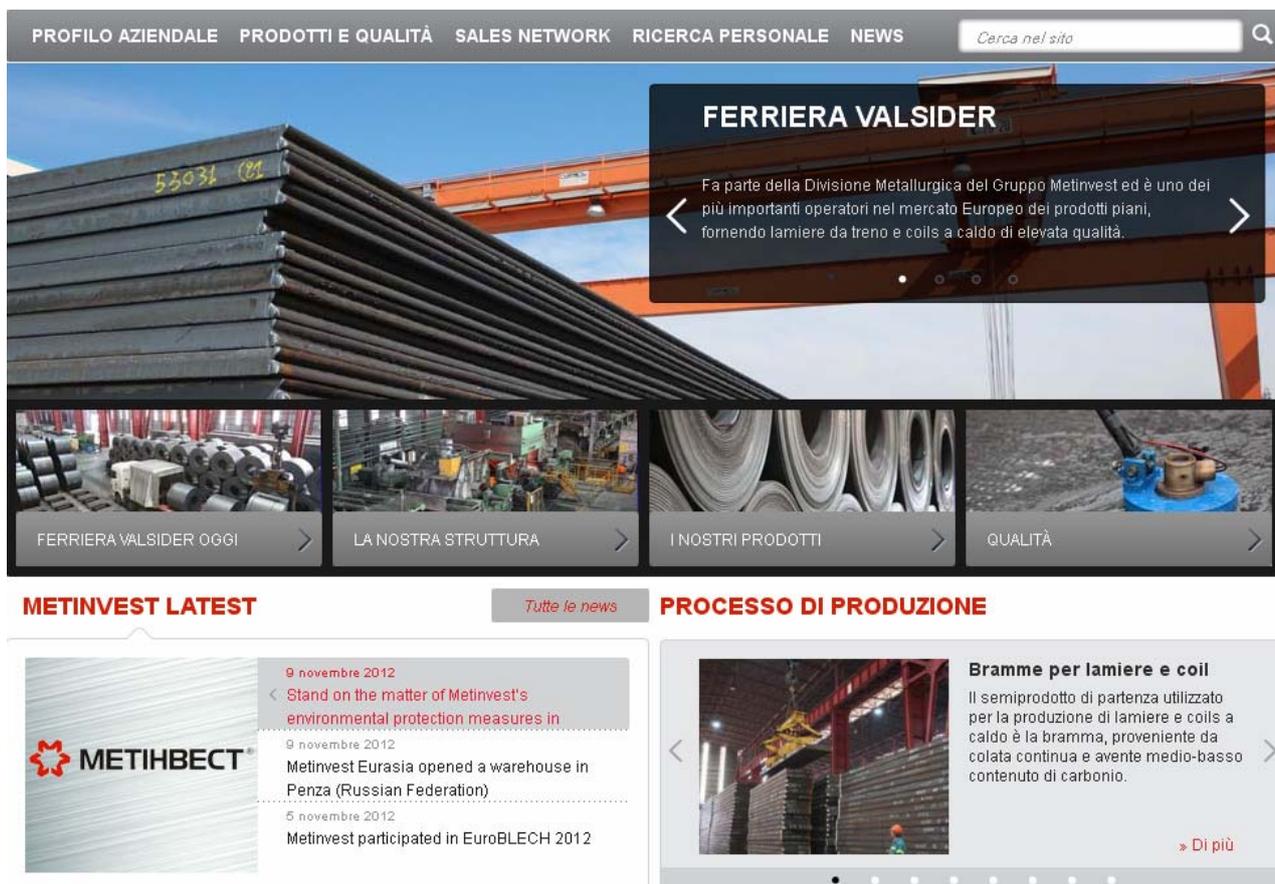


Рис. 3.16 Сайт Ferriera Valsider <http://valsider.metinvestholding.com/it>

Ferriera Valsider выпускает конструкционный стальной прокат (толстый лист и горячекатаные рулоны) на двух производственных линиях. Сырьем для производства продукции на 80-90% служат стальные слябы, поставляемые с МК «Азовсталь».

Продукция предприятия находит применение в самых различных металлопотребляющих отраслях: строительстве, судостроении, производстве котлов и баллонов, труб и поручней.

Производственные мощности по выпуску толстого листа составляют 400 тыс. тонн в год, горячекатаного рулона – 600 тыс. тонн.

3.3.15 Metinvest Trameal <http://trameal.metinvestholding.com/it>

В настоящее время Metinvest Trameal является лидером на итальянском и европейском рынках толстолистового конструкционного проката.

Предприятие основано в 1995 году в Италии. Производственная площадка расположена в Сан-Джоржио ди Ногаро (Удине), главный офис — в Генуе.

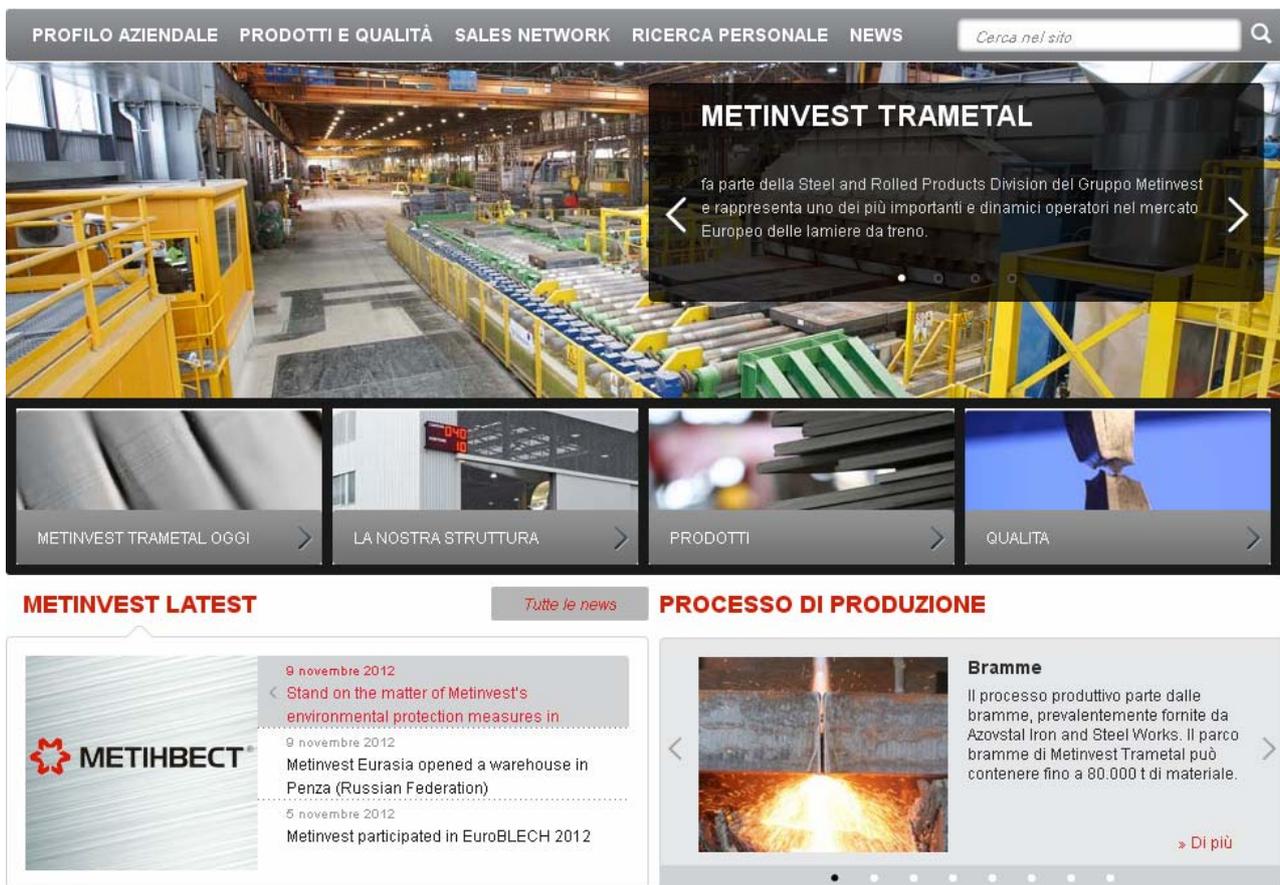


Рис. 3.17 Сайт Metinvest Tramel <http://tramel.metinvestholding.com/it>

Универсальный толстолистовой стан, на котором осуществляется прокатка листа из импортируемых слябов, был введен в эксплуатацию в 2003 году и позволяет производит 600 тыс. тонн высококачественного листового прокат 4-180 мм толщиной и шириной до 3200 мм. Совершенные средства контроля толщины листа на всех этапах прокатки позволяют обеспечивать самые жесткие требования к геометрическим параметрам готовой продукции.

Компания активно поддерживает высокие стандарты сервисной поддержки при работе с клиентами.

3.3.16 Spartan UK <http://spartan.metinvestholding.com/en>

Spartan UK является единственным производителем высококачественного толстолистового проката в Великобритании.

Компания была основана в 2001 году на северо-востоке Англии. Spartan производит широкий спектр толстолистового проката, применяемого в строительстве, машиностроении и других отраслях промышленности. Для компании характерен инновационный подход к производству продукции и ее сбыту.

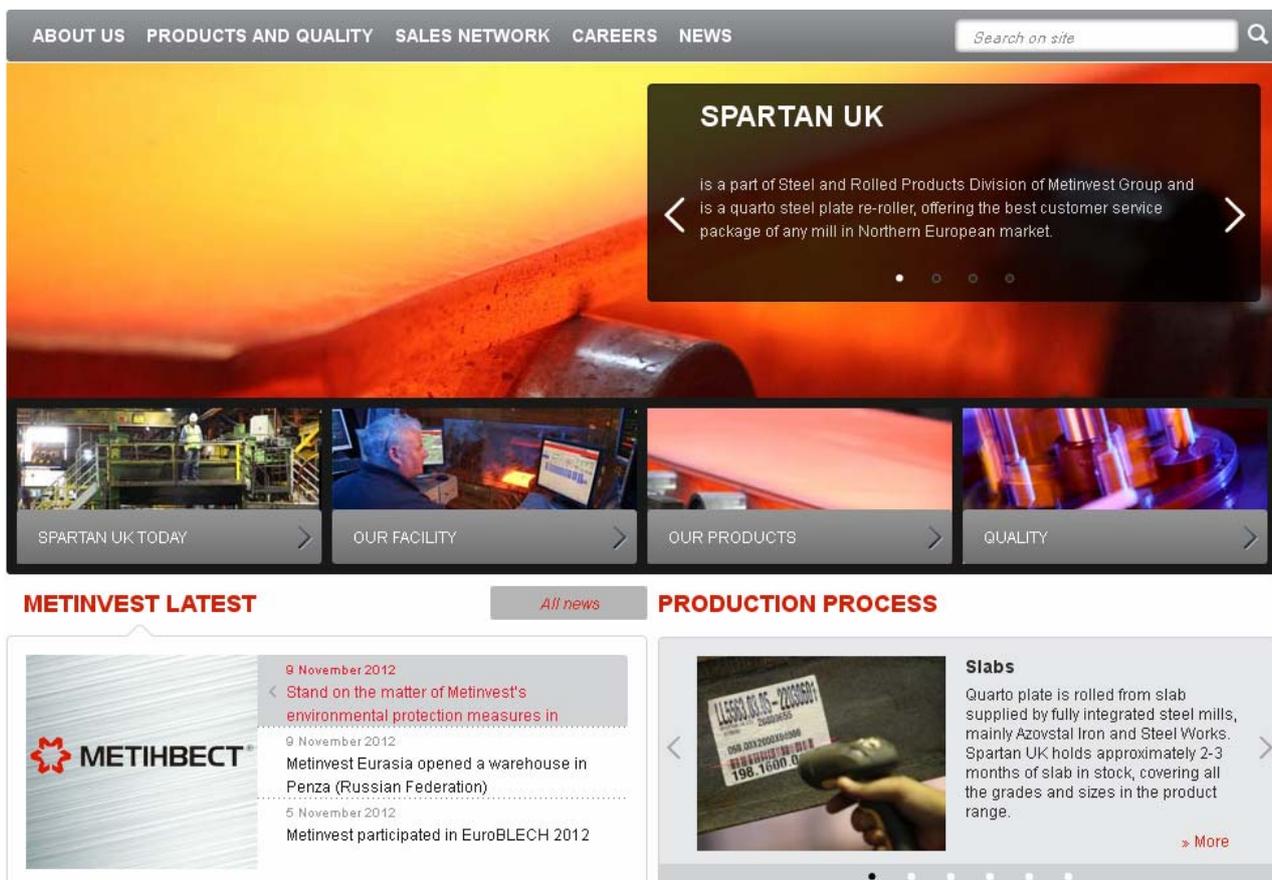


Рис. 3.18 Сайт Spartan UK <http://spartan.metinvestholding.com/en>

Толстый лист производится на современном универсальном толстолистовом реверсивном стане из импортируемых слябов.

Производственная мощность Spartan UK составляет около 200 тыс. тонн высококачественного толстолистового проката в год.

3.3.17 Метинвест-Ресурс

<http://www.ukrrudprom.ua/reference/factory/Metinvest-Resurs.html>

ООО «МЕТИНВЕСТ-РЕСУРС» является эксклюзивным поставщиком лома черных металлов для украинских металлургических предприятий Группы Метинвест - ОАО МК «Азовсталь», ОАО «Енакиевский МЗ» и ПАО «ММК им. Ильича». Возможности компании «МЕТИНВЕСТ-РЕСУРС» позволяют с избытком удовлетворять потребности предприятий и составляют около 2 млн. тонн сырья в год. «МЕТИНВЕСТ-РЕСУРС» начал свою деятельность в феврале 2011 года на базе ООО «ПФК «Прометей», имеющей многолетний опыт работы и прочные деловые связи с более чем 100 предприятиями-ломозаготовителями по всей Украине. Компания «МЕТИНВЕСТ-РЕСУРС» входит в Металлургический дивизион Группы Метинвест.



Рис. 3.19 Сайт Метинвест-Ресурс
<http://www.ukrrudprom.ua/reference/factory/Metinvest-Resurs.html>

3.3.18 Авдеевский коксохимический завод <http://akhz.metinvestholding.com/ru>

Авдеевский КХЗ является одним из крупнейших в Европе (включая Россию) и крупнейшим в Украине производителем коксовой продукции для металлургии.

Основными потребителями коксовой продукции предприятия являются Азовсталь, Енакиевский МЗ и ММК. им. Ильича, равно как и другие не входящие в Группу Метинвест предприятия.

В январе 2008 года была введена в эксплуатацию новая коксовая батарея. В ноябре 2010 года начата опытная эксплуатация установки закрытого охлаждения коксового газа стоимостью 15,5 млн. гривен на II очереди цеха улавливания № 1. Это финальный этап реконструкции системы конечного охлаждения коксового газа на Авдеевском коксохимическом заводе. Реконструкция позволила сократить выбросы в атмосферу более чем на 2 тыс. тонн химических веществ в год. Ранее на заводе коксовый газ охлаждался при непосредственном контакте с технологической водой. На первом этапе, в ноябре 2006 г., система закрытого охлаждения была внедрена в цехе сероочистки № 2, что ликвидировало 640 тонн выбросов в год. В реализацию направлено более 10 млн. гривен. В 2008 г. природоохранная технология была внедрена на I очереди цеха улавливания № 1 (инвестиции – 12,96 млн. гривен, ликвидировано 766 тонн годовых выбросов). В этом 2010 году благодаря

изменению схемы очистки на II очереди цеха выбросы в атмосферу на открытых холодильниках АКХЗ были прекращены полностью.

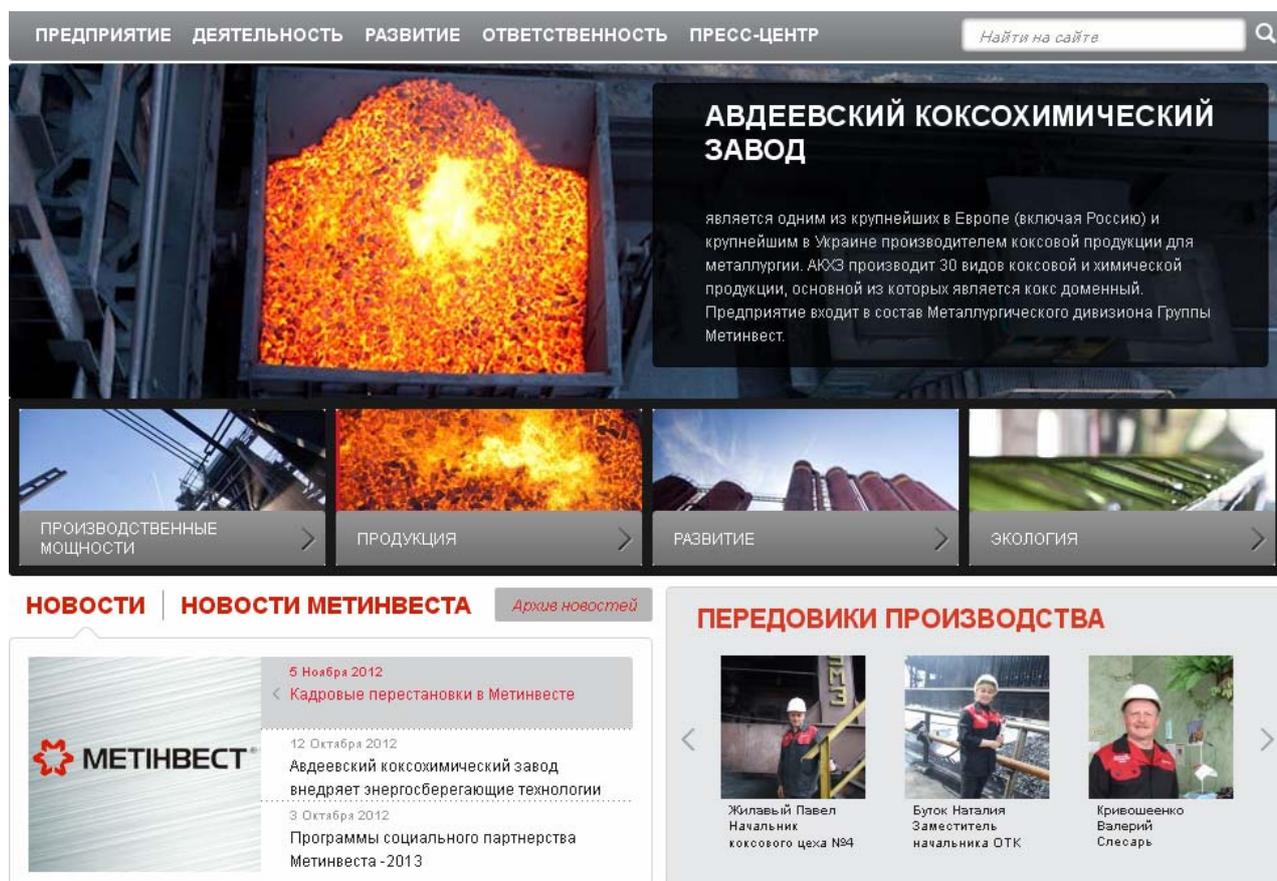


Рис. 3.20 Сайт Авдеевского коксохимического завода
<http://akhz.metinvestholding.com/ru>

Годом основания Авдеевского КХЗ считается 1963 год, когда на коксовой батарее № 1 был произведен первый кокс. С этой даты начался отсчет истории зарождения и развития Авдеевского коксохимического завода как крупнейшего и самого современного предприятия отрасли. На АКХЗ впервые в отрасли было начато широкое развитие химического крыла.

3.3.19 НПО Инкор <http://inkordonetsk.uaprom.net/>

Научно-производственное объединение ИНКОР входит в число крупнейших мировых производителей коксохимической продукции - нафталина и феноло-крезолов.

Предприятие производит технический и очищенный нафталин, фенол, ортокрезол, трикрезол, дикрезол, ксиленолы, сольвент каменноугольный, топливо котельное и печное и другую коксохимическую продукцию.

Инкор вместе с Авдеевским КХЗ реализовали интегрированный

производственный цикл: от переработки угольной смолы до получения нафталиновой фракции и фенольного масла на АКХЗ и завершающей стадии процесса – производства нафталина на мощностях Инкор и Ко.

Производственные мощности Инкора позволяют производить 60 тыс. тонн нафталина и до 10 тыс. тонн феноло-крезолов в год.

Большая часть продукции экспортируется в страны СНГ и Европы, Ближнего Востока (Объединенные Арабские Эмираты, Саудовская Аравия), в Египет, а также в Индию и Китай. Стабильно высокое качество производимой продукции позволяет Метинвесту успешно конкурировать с ведущими мировыми производителями на всех географических сегментах рынка.

The screenshot shows the website for Inkor and Co. on the Prom.ua platform. The header includes the Prom.ua logo, a registration link, and a shopping cart icon. The main navigation bar has links for 'Главная', 'Товары и услуги', 'О нас', and 'Контакты'. The page content includes a search bar, a list of products (currently showing 1 item), and a detailed view of the product 'Известь негашеная'. The product description mentions it is used for various construction and industrial purposes. Contact information for Alexander Vasilevich Zuev is provided, including a phone number and address in Donetsk, Ukraine.

Рис. 3.21 Сайт НПО Инкор <http://inkordonetsk.uaprom.net/>

В Инкор действует Интегрированная Система Управления, сертифицированная на соответствие международным стандартам: в области качества – ISO 9001, охраны окружающей среды – ISO 14001 и промышленной безопасности – OHSAS 18001.

В рамках реконструкции производственных мощностей в 2009 году на предприятии была запущена уникальная упаковочная линия, позволившая полностью автоматизировать процесс фасовки, упаковки и пакетирования готовой продукции – нафталина, исключить ручной труд при погрузке и максимально полно удовлетворить требования клиентов к качеству упаковки нафталина. В этом же году внедрена новая энергосберегающая технология производства фенольной продукции. Продукция Инкор и Ко прошла регистрацию согласно REACH.

3.3.20 Продажа продукции на сайте МетИнвест <http://sales.metinvestholding.com/ru>

The screenshot displays the MetInvest sales portal interface. At the top left is the MetInvest logo. The main navigation bar includes: ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ, СБЫТОВАЯ СЕТЬ, ПРОДУКЦИЯ, КЛИЕНТАМ, and КАЧЕСТВО. A search icon is located on the right. The main content area features a world map with a red location pin over Ukraine. A text box on the left explains the location selection system. A dropdown menu on the right shows the selected location: Украина, Днепропетровская область, and a prompt to select a product type. Below the map, two office locations are listed with contact information and working hours. A red button indicates 'Металлобазы (1)'. At the bottom, a horizontal carousel shows product categories: ПЛОСКИЙ ПРОКАТ, СОРТОВОЙ И ФАСОННЫЙ ПРОКАТ, ТРУБНАЯ ПРОДУКЦИЯ, ЖЕЛЕЗОРУДНОЕ СЫРЬЕ, and ХИМИЧЕСКАЯ И ПРОЧАЯ ПРОДУКЦИЯ.

МЕТІНВЕСТ®

ПОРТАЛ ПРОДАЖ

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОДАЖИ СБЫТОВАЯ СЕТЬ ПРОДУКЦИЯ КЛИЕНТАМ КАЧЕСТВО

УКРАИНА

Система поиска ближайшей точки продаж основана на автоматическом определении страны Вашего местоположения.

Необходимый Вам регион/страну Вы можете указать в меню справа.

Для некоторых стран Вам необходимо указать интересующую Вас продукцию и отрасль применения.

Ваше местоположение определено как: **Украина, Днепропетровская область, Dnepropetrovsk**

Украина

Днепропетровская область

– выберите вид продукции –

МЕТІНВЕСТ-СМЦ
Головной офис
тел. +38 044 581 44 37
факс +38 044 581 44 88
г. Киев, 01004, ул. Крутой спуск, 7
График работы
Пн.-пт. 9.00-18.00

МЕТІНВЕСТ-СМЦ
Днепропетровский филиал
тел. +38 056 373 82 57
+38 056 373 82 59
+38 056 373 82 62
факс +38 (056) 373 82 51
49005, Днепропетровск, пл. Октябрьская, 1
График работы
Пн.-пт. 9.00-18.00

Металлобазы (1)

ПЛОСКИЙ ПРОКАТ

СОРТОВОЙ И ФАСОННЫЙ ПРОКАТ

ТРУБНАЯ ПРОДУКЦИЯ

ЖЕЛЕЗОРУДНОЕ СЫРЬЕ

ХИМИЧЕСКАЯ И ПРОЧАЯ ПРОДУКЦИЯ

Рис. 3.22 Сайт Портал продаж МетИнвест <http://sales.metinvestholding.com/ru>

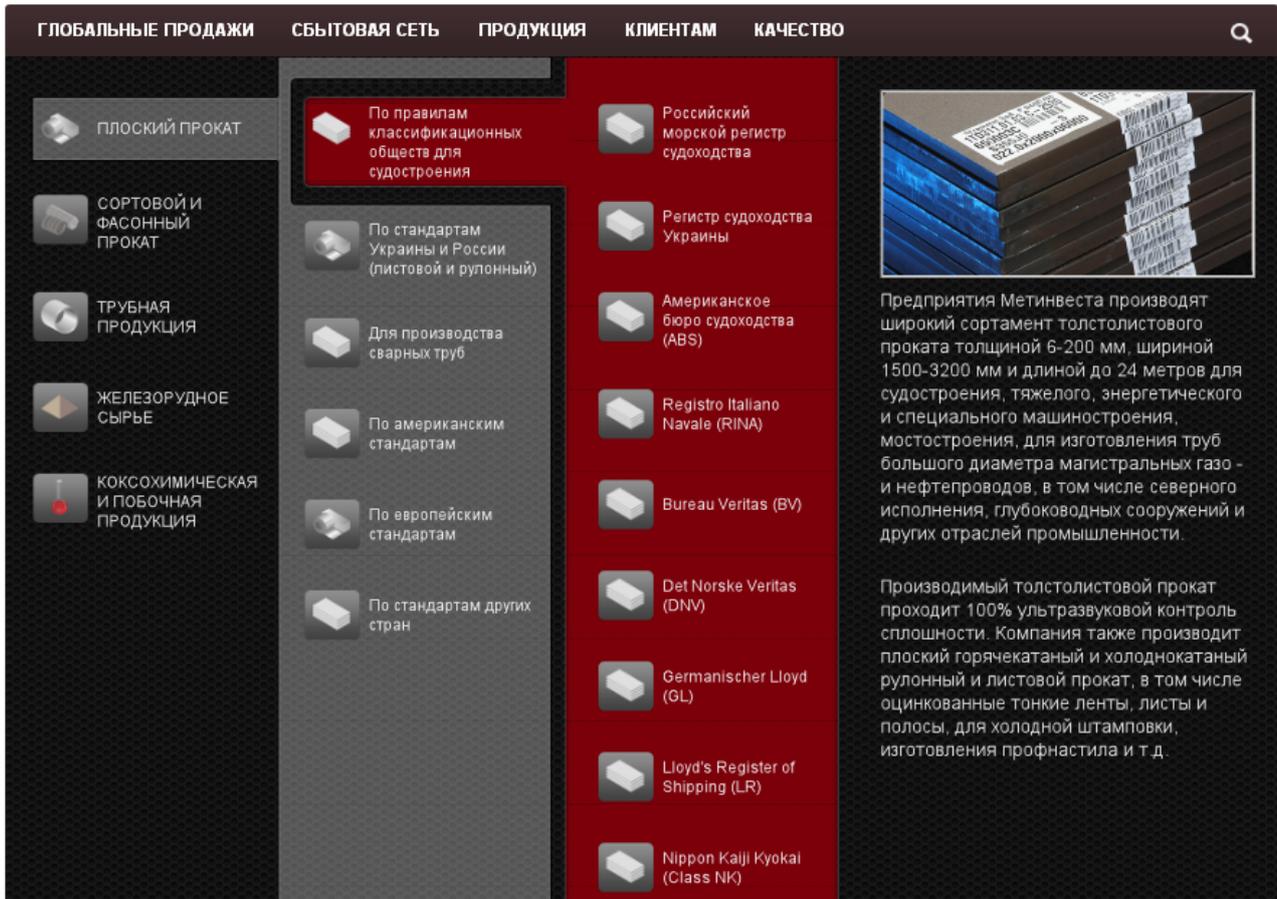


Рис.3.23 МетИнвест, портал продаж (плоский прокат)
<http://sales.metinvestholding.com/ru/products/#6>



Рис.3.24 МетИнвест, портал продаж (трубная продукция)
<http://sales.metinvestholding.com/ru/products/#9>

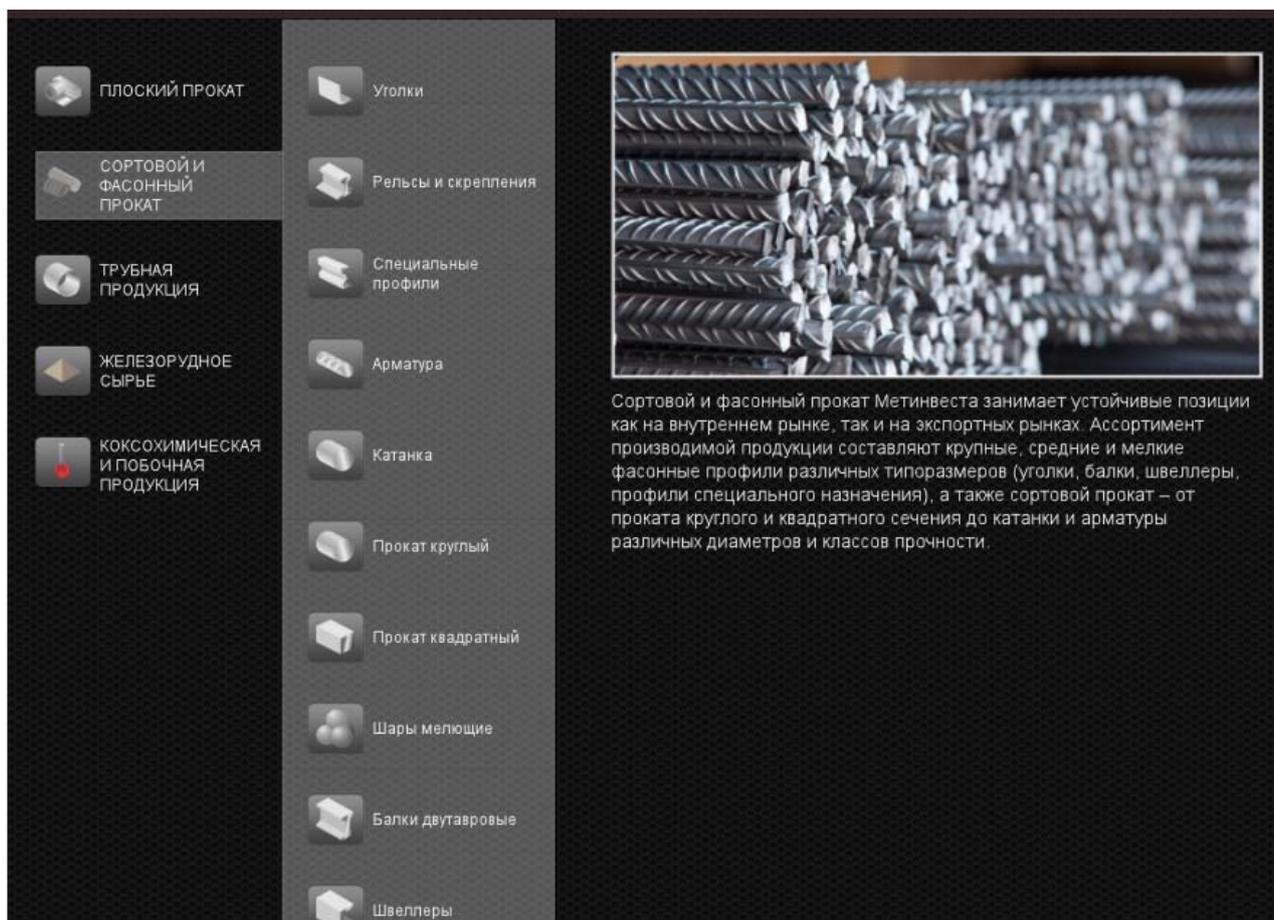


Рис.3.25. МетИнвест, портал продаж (сортовой и фасонный прокат)
<http://sales.metinvestholding.com/ru/products/#8>

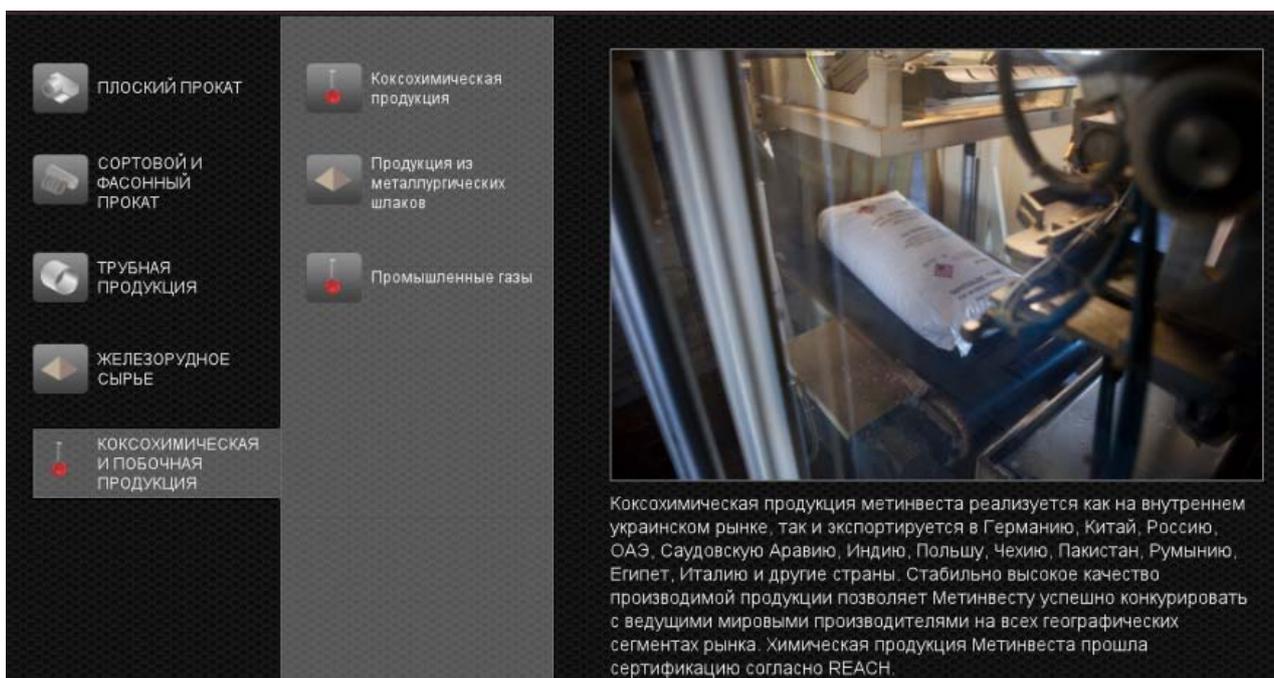


Рис. 3.26 МетИнвест, портал продаж (коксомическая и побочная продукция)
<http://sales.metinvestholding.com/ru/products/#11>

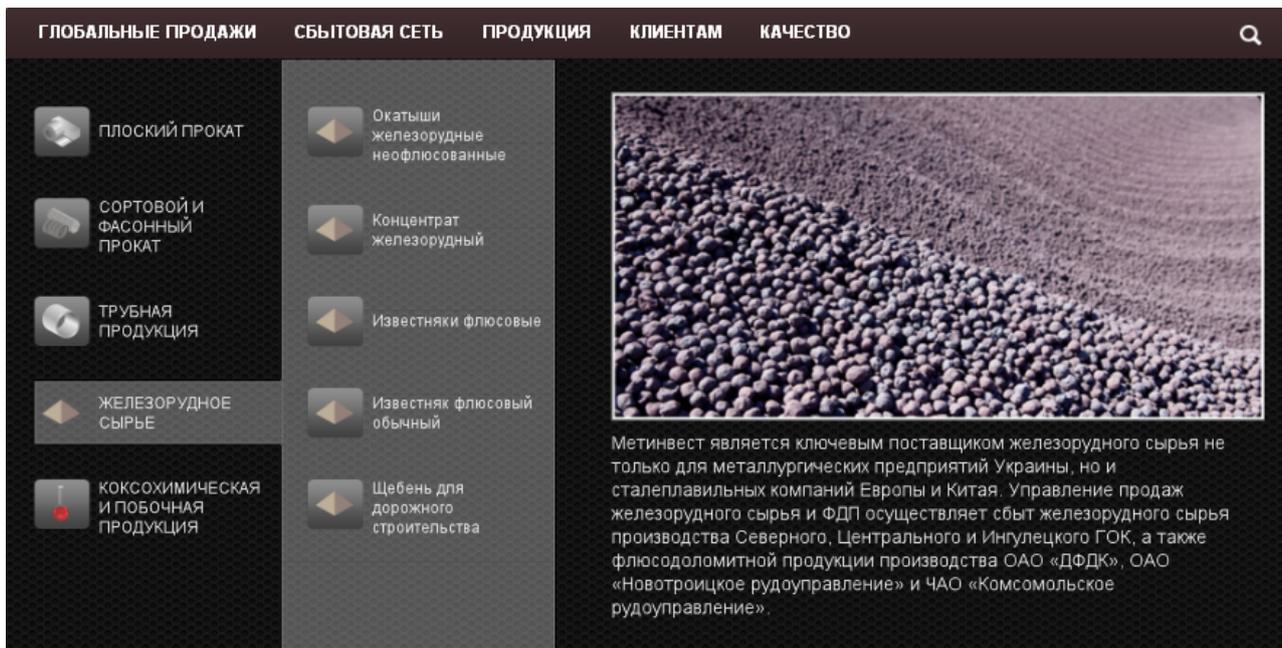


Рис. 3.27. МетИнвест, портал продаж (железорудное сырье)
<http://sales.metinvestholding.com/ru/products/#10>

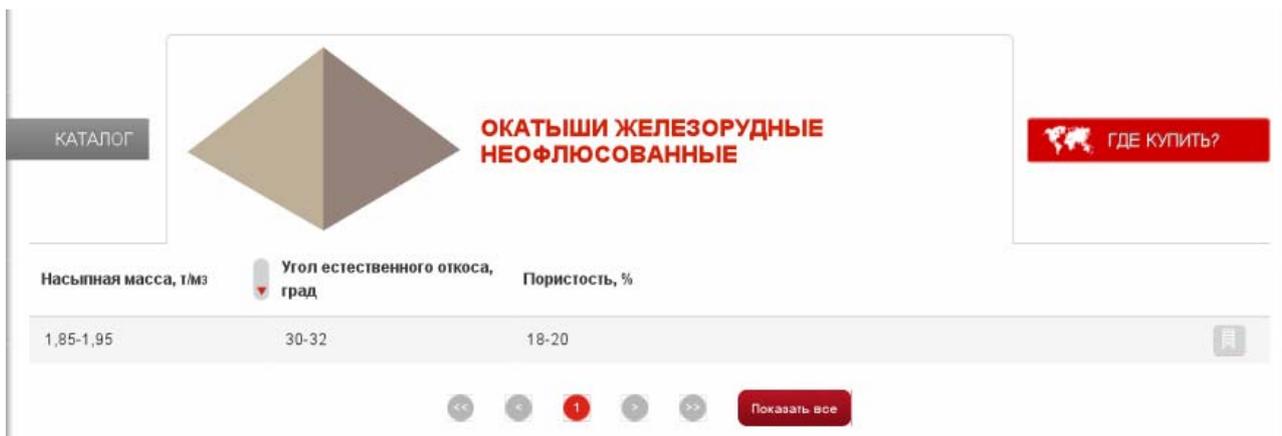


Рис.3.28 Окно сайта ИнтИнвест Железорудное сырье/Окатыши железорудные неофлюсованные <http://sales.metinvestholding.com/ru/products/#10>



Рис.3.29 Окно сайта ИнтИнвест Железорудное сырье/Окатыши железорудные неофлюсованные/Где купить <http://sales.metinvestholding.com/ru/products/#10>

3.3.21 Политика Метинвеста в области качества

http://sales.metinvestholding.com/ru/quality/global_quality

Качество продукции компании МЕТИНВЕСТ отслеживается на каждом из этапов производственной цепочки – от добычи угля и руды до производства готовой металлопродукции. Конечная продукция – металлопрокат и трубы – соответствует самым высоким требованиям современных международных стандартов.

Стратегическая цель Метинвеста в области качества – обеспечение роста акционерной стоимости путем постоянного повышения качества продукции и ключевых процессов, повышения эффективности всех бизнес-процессов и обеспечения гарантированного стабильного высокого качества продукции, соответствующего ожиданиям наших партнеров.

Метинвест рассматривает качество продукции как один из основополагающих элементов стратегической цели - успешного и стабильного развития предприятий Группы Метинвест. В связи с этим концерн разрабатывает, внедряет и постоянно совершенствует системы управления качеством с учетом лучшей отечественной и мировой практики и требований международного стандарта ISO 9001:2000.

Группа Метинвест в области качества декларирует следующие цели в области качества:

1. Строгое соответствие производимой продукции и предоставляемых услуг международным, национальным и корпоративным стандартам и требованиям.
2. Ответственность перед заказчиком за качество поставляемой продукции.
3. Достижение оптимального соотношения «цена-качество» продукции для наших клиентов в сопоставлении с компаниями, действующими на рынке.
4. Разработка и внедрение новых продуктов, максимально удовлетворяющих требованиям наших клиентов, в том числе благодаря использованию новейших технологий в горнодобывающей отрасли.
5. Постоянное снижение количества жалоб и рекламаций со стороны наших клиентов.
6. Формирование имиджа компании как высокотехнологичной и поставляющей продукцию высокого качества.

Цели в области качества достигаются благодаря:

1. Разработкам, внедрению и сертификации систем управления качеством на соответствие требованиям международного стандарта ISO 9001.
2. Системному подходу к изучению требований и ожиданий заказчиков с учетом конъюнктуры рынка.
3. Ориентации на профессиональную компетентность персонала и его вовлечение в решение вопросов качества.
4. Вовлечению персонала в процесс постоянного совершенствования производственной деятельности предприятий.

5. Внедрению инновационных и научных разработок, эффективного использования и развития научно-технического потенциала.
6. Постоянному улучшению деятельности, процессов и продукции путем совершенствования систем управления качеством на основе точных и достоверных аналитических материалов.

3.3.22 У Метинвеста появился еще один новый хозяин **<http://vdonetske.net.ua/news/865863>**

29 июня 2012, стало известно, что в результате поглощения Мариупольского меткомбината им. Ильича его генеральный директор Владимир Бойко получил не долю в новосозданной компании, а 5% акций крупнейшей в Украине горно-металлургической группы "Метинвест". Стоимость пакета, по оценкам экспертов, составляет \$1-1,2 млрд., сообщает газета "Коммерсант".

Акционеры "Метинвеста" – СКМ Рината Ахметова и "Смарт-холдинг" Вадима Новинского – объявили о завершении сделки по поглощению Мариупольского меткомбината им. Ильича (ММК). "В результате объединения комбинат вошел в состав Метинвеста, а компания Clarendale Ltd, основным бенефициаром которой является Владимир Бойко, стала акционером группы, – говорится в сообщении. Вследствие проведенной допэмиссии акций Metinvest V. V. (холдинговая компания "Метинвеста") доля СКМ сократилась с 75% до 71,25%, "Смарт-холдинга" – с 25% до 23,75%, а Clarendale Ltd стала владельцем 5%.

До сих пор считалось, что сделка между "Метинвестом" и ММК им. Ильича будет структурирована путем создания новой компании, в которую перейдут активы комбината и принадлежащие "Метинвесту" Ингулецкий ГОК, "Краснодонуголь", Авдеевский коксохим и Харцызский трубный завод. Ранее Владимир Бойко объяснял, что создание такой структуры было необходимо для защиты от недружественного поглощения.

Напомним, в мае прошлого года представители кипрских компаний Rewein Ltd Борис Подольский и Formigos Holdings Ltd Илья Горн сообщали, что они якобы приобрели контрольный пакет акций комбината в интересах неназванного российского концерна. Но после того как ММК им. Ильича сообщил об объединении с "Метинвестом", господа Горн и Подольский больше не заявляли о своих правах.

Владимир Бойко сказал "Коммерсанту", что доволен полученной долей в "Метинвесте". "При сохранении существующих нормальных отношений с остальными акционерами Метинвеста каких-либо трудностей не должно возникнуть", – отметил он. К тому же, по словам господина Бойко, между акционерами существует договоренность о том, что он сохранит должность генерального директора комбината, и будет отвечать за оперативное управление предприятием.

В пресс-службе СКМ со ссылкой на владельца группы Рината Ахметова заявили, что опыт и профессиональные знания Владимира Бойко будут полезны

для решения задач, определяющих стратегию развития группы Метинвест.

Метинвест – вертикально интегрированная горнодобывающая и сталелитейная компания, которая объединяет 37 предприятий в Украине, Европе и США. Обеспечивает себя железной рудой на 200% и коксующимся углем на 75%. За девять месяцев 2010 года выручка составила \$6,83 млрд., EBITDA (см. <http://ru.wikipedia.org/wiki/EBITDA>) – \$1,94 млрд., чистая прибыль – \$873 млн, общий долг – \$2,93 млрд.

Как отмечают аналитики, сумма сделки по покупке Мариупольского меткомбината близка к рыночной. В 2010 году, до объединения с Метинвестом, его стоимость, исходя из котировок на ПФТС (это фондовая биржа), оценивалась в \$1-1,65 млрд., а "Метинвеста", по оценкам аналитика ИК "Тройка Диалог Украина" Ивана Харчука, – в \$15 млрд. В этом году, исходя из ожидаемой EBITDA "Метинвеста" на уровне \$3,5-4 млрд. и учитывая, что мультипликатор Eу/EBITDA для металлургических компаний составляет порядка шести, стоимость группы оценивается в \$21-24 млрд., говорит господин Харчук. Таким образом, доля Владимира Бойко составляет \$1,05-1,2 млрд. По мнению Ивана Харчука, в результате сделки пострадали интересы "Смарт-холдинга", пакет которого стал меньше блокирующего.

Но в компании сообщили, что поглощение не повлияет на дальнейшее сотрудничество акционеров. "Уверен, что ключевые решения мы по-прежнему будем принимать совместно", – сообщили в пресс-службе компании со ссылкой на генерального директора "Смарт-холдинга" Алексея Пертина.

Аналитик ИК Renaissance Capital Виталий Шушковский считает, что реализованная схема сделки по поглощению ММК им. Ильича – значительно более простое и очевидное решение, чем предполагалось первоначально. "Создавать отдельную структуру в рамках Метинвеста было сложно с юридической точки зрения по привлеченным холдингом займам. Это также усложняло холдингу планирование потоков денежных средств между предприятиями", – говорит аналитик ИК Dragon Capital Александр Макаров. А в рамках текущего формата сделки, по его словам, все эти вопросы снимаются, и структура "Метинвеста" выглядит простой и понятной для инвесторов.

3.4 Южный горно-обогатительный комбинат» <http://www.ugok.info/>

Югок – это одно из крупнейших предприятий ГМК Украины. Находится в южной части города Кривого Рога. Оно представляет собой открытое акционерное общество, не входящее в состав холдинга МетИнвест. На сайте одновременно присутствуют признаки систем управления контентом WordPress и Joomla.

- Главная
- О комбинате
- Менеджмент
- Новости
- Пресс-релизы
- Информация для акционеров
- Контакты


Пресс-релизы

В апреле 2012 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 2,2% по сравнению с этим же периодом 2011 года

03.05.2012
В апреле 2012 года ОАО «Южный горно-обогатительный комбинат» увеличил объем производства концентрата на 2,2% – до 858 тыс. тонн по сравнению с этим же периодом 2011 года, объем производства агломерата увеличился на 2,1% – до 194 тыс. тонн.
[Далее...](#)

В марте 2012 года ОАО «ЮГОК» увеличил

О комбинате

Южный горно-обогатительный комбинат (ЮГОК) расположен в южной части г.Кривого Рога Днепропетровской области, крупного промышленного центра и железнодорожного узла Украины с населением около 700 тыс. человек.

ЮГОК первое предприятие в странах СНГ, построенное для добычи и обогащения железистых магнетитовых кварцитов с получением железорудного концентрата и доменного агломерата. Это было время, когда перед металлургами страны стояла государственная задача: за короткий срок довести ежегодное производство до 50 млн.т. чугуна и 60 млн.т. стали, для чего требовалось увеличить добычу руды в 5 раз по сравнению с достигнутым предвоенным 1940 годом. Это были 50-е годы прошлого века.

Историческая справка

Комбинат был построен в очень сжатые сроки. 30.05.1952г. было утверждено проектное задание, а уже 27.07.1955г. была произведена

Новости
Заявление

22.06.2012
Информация, распространенная рядом СМИ, о принудительном сборе подписей трудящихся Южного ГОКа в поддержку языкового законопроекта не соответствуют действительности.

Далее...

Южный ГОК: Новый год встречаем с весомыми производственными и трудовыми достижениями

30.12.2011
Каким был уходящий год для Южного ГОКа? С какими

Рис. 3.30 Главная страница сайта Югока <http://www.ugok.info/>

Контакты
Реквизиты

Полное наименование:	Открытое акционерное общество "Южный горно-обогатительный комбинат"
Сокращенное наименование:	ОАО "ЮГОК"
Юридический адрес:	50026, Украина, Днепропетровская область, г.Кривой Рог, ЮГОК
Факс	+38 (056) 440-42-01
Телефон:	+38 (056) 403-73-09
E-mail	office@ugok.com.ua

Пресс-служба комбината

E-мейл: press@ugok.com.ua

Рис. 3.31 Страница «Контакты» Югока http://ugok.info/index.php?option=com_content&view=article&id=46&Itemid=57

В апреле 2012 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 2,2% по сравнению с этим же периодом

03.05.2012

В апреле 2012 года ОАО «Южный горно-обогатительный комбинат» увеличил объем производства концентрата на 2,2% – до 858 тыс. тонн по сравнению с этим же периодом 2011 года, объем производства агломерата увеличился на 2,1% – до 194 тыс. тонн.

Далее...

В марте 2012 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 2,4% по сравнению с этим же периодом

04.04.2012

В марте 2012 года ОАО «Южный горно-обогатительный комбинат» увеличил объем производства концентрата на 2,4% – до 882 тыс. тонн по сравнению с этим же периодом 2011 года, объем производства агломерата увеличился на 17,5% – до 188 тыс. тонн.

Далее...

В феврале 2012 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 9,5% по сравнению с этим же периодом прошлого года

02.03.2012

В феврале 2012 года ОАО «Южный горно-обогатительный комбинат» увеличил объем производства концентрата на 9,5% – до 826 тыс. тонн по сравнению с этим же периодом 2011 года, объем производства агломерата увеличился

Пресс-релизы

- 03.05.2012 В апреле 2012 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 2,2% по сравнению с этим же периодом
- 04.04.2012 В марте 2012 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 2,4% по сравнению с этим же периодом
- 02.03.2012 В феврале 2012 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 9,5% по сравнению с этим же периодом прошлого года
- 01.02.2012 В январе 2012 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 5,7% по сравнению с этим же периодом прошлого года
- 26.01.2012 В 2012 году Южный ГОК повысил заработную плату на 13,5%
- 12.01.2012 В 2011 году ЮГОК увеличил производство концентрата на 13% – до 10 144 тысяч тонн.
- 05.12.2011 В ноябре 2011 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 13,6% по сравнению с этим же периодом прошлого года
- 07.11.2011 Южный ГОК направил 160 млн. грн. на приобретение нового оборудования
- 03.11.2011 В октябре 2011 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 2,7% по сравнению с этим же периодом прошлого года
- 26.10.2011 Южный ГОК инвестирует 85 млн. грн. в ремонт 1-ой секции рудо-обогатительной фабрики №2
- 17.10.2011 Завершен первый этап реконструкции жилмассива Южного комбината в г. Кривой Рог
- 03.10.2011 В сентябре 2011 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 6,4% по сравнению с этим же периодом прошлого года
- 22.09.2011 Южный ГОК вложил 80 млн. грн. в восстановление 4-ой секции рудообогатительной фабрики №2
- 21.09.2011 Социальная политика ЮГОКа получила высокую оценку профсоюза
- 02.09.2011 В августе 2011 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 11,6% по сравнению с этим же периодом прошлого года
- 01.08.2011 В июле 2011 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 21,1% по сравнению с этим же периодом прошлого года
- 06.07.2011 В I полугодии 2011 г. Южный ГОК увеличил производство
- 03.06.2011 В мае 2011 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 14,6% по сравнению с этим же периодом прошлого года
- 05.05.2011 В апреле 2011 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 15,2% по сравнению с этим же периодом прошлого года
- 05.04.2011 В марте 2011 года ОАО «ЮГОК» увеличил производство концентрата на 15,6% по сравнению с этим же периодом прошлого года

Рис.3.32 Страница сайта Югока «Пресс-релизы»

http://ugok.info/index.php?option=com_content&view=category&id=3&Itemid=56

3.5 Публичное акционерное общество «Сухая Балка»

<http://rudana.in.ua/syhaia.htm>

История. ПАО «Сухая балка» одно из ведущих предприятий отрасли, специализирующееся на добыче железной руды подземным способом. История комбината начинается с 1885 г., когда английский предприниматель К.Д. Перри, а в последствии с 1896 г. Торговый дом «Америк и К^о» начали разработку месторождений железных руд открытым способом. Сегодня на предприятии трудится 4500 работников, которые обеспечивают производство свыше 3,0 млн. т агломерационной руды в год со средним содержанием железа 58%.

Сырьевая база комбината представлена залежами богатых железных руд в основном мартитового, реже – гематитового состава. Запасы залежей разведаны до глубины 2060 м в поле шахты «Юбилейная» и до глубины 1500 м в поле шахты имени Фрунзе. Содержание железа в товарной руде варьируется в пределах 56–59%. Кроме богатых железных руд в полях шахт имеются

значительные запасы магнетитовых кварцитов, обеспеченность которыми составляет до 200–300 лет.

Публичное акционерное общество «Сухая Балка»



История. ПАО «Сухая Балка» одно из ведущих предприятий отрасли, специализирующееся на добыче железной руды подземным способом. История комбината начинается с 1885 г., когда английский предприниматель К.Д. Перри, а в последствии с 1896 г. Торговый дом «Америк и К°» начали разработку месторождений железных руд открытым способом. Сегодня на предприятии трудится 4500 работников, которые обеспечивают производство свыше 3,0 млн т агломерационной руды в год со средним содержанием железа 58%.

Сырьевая база комбината представлена залежами богатых железных руд в основном маритового, реже – гематитового состава. Запасы залежей разведаны до глубины 2060 м в поле шахты «Юбилейная» и до глубины 1500 м в поле шахты имени Фрунзе. Содержание железа в товарной руде варьируется в пределах 56–59%. Кроме богатых железных руд в полях шахт имеются значительные запасы магнетитовых кварцитов, обеспеченность которыми составляет до 200–300 лет.

В структуру комбината входят добычные шахты «Юбилейная» с производственной мощностью 2,25 млн т агломерационной руды в год, а имени Фрунзе – 1,05 млн т агломерационной руды в год с дробильными комплексами и сортировочно-обогажительными фабриками, а также шахтостроительное управление (ведет горно-капитальные работы и строительство объектов на поверхности), энергомеханический цех (обеспечивает шахты в номенклатуре рудоремонтных заводов Кривбасса), автотранспортный цех (позволяет оперативно решать вопросы обеспечения шахт и цехов, располагает широким парком различной автотехники и собственной ремонтной базой), торгово-коммерческое управление (имеет разветвленную сеть магазинов продовольственных и промышленных товаров, пивоваренный завод, пекарню, цех по изготовлению трикотажных изделий), управление ремонтно-строительных работ (выполняет работы, необходимые для обеспечения основного производства, а также решает социально-бытовые вопросы на предприятии).



Продукция – руда железная агломерационная с содержанием железа от 56 до 60%, согласно техническим условиям №ТОО 14-9-359-99, руда доменная кусковая с содержанием железа от 47 до 50%, согласно техническим условиям № ТОО 14-9-359-99.

Потребители: Алчевский металлургический комбинат и комбинат имени Ильича, Енакиевский металлургический завод, ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог», металлургические комбинаты Австрии, Болгарии, Венгрии, Польши, Румынии, Словакии и Чехии.

Рис. 3.33 Страница ПАО «Сухая Балка» на сайте <http://rudana.in.ua/syhaia.htm>

В структуру комбината входят добычные шахты «Юбилейная» с производственной мощностью 2,25 млн. т агломерационной руды в год, а имени Фрунзе – 1,05 млн т агломерационной руды в год с дробильными комплексами и сортировочно-обогажительными фабриками, а также шахтостроительное управление (ведет горно-капитальные работы и строительство объектов на поверхности), энергомеханический цех (обеспечивает шахты в номенклатуре рудоремонтных заводов Кривбасса), автотранспортный цех (позволяет оперативно решать вопросы обеспечения шахт и цехов, располагает широким парком различной автотехники и собственной ремонтной базой), торгово-коммерческое управление (имеет разветвленную сеть магазинов продовольственных и промышленных товаров, пивоваренный завод, пекарню, цех по изготовлению трикотажных изделий), управление ремонтно-строительных работ (выполняет работы, необходимые для обеспечения основного производства, а также решает социально-бытовые вопросы на предприятии).

Продукция – руда железная агломерационная с содержанием железа от 56 до 60%, согласно техническим условиям №ТОО 14-9-359-99, руда доменная кусковая с содержанием железа от 47 до 50%, согласно техническим условиям № ТОО 14-9-359-99.

Потребители: Алчевский металлургический комбинат и комбинат имени Ильича, Енакиевский металлургический завод, ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог», металлургические комбинаты Австрии, Болгарии, Венгрии, Польши, Румынии, Словакии и Чехии.

Новости. В конце 2007 г. группа «Приват» (Днепропетровск) продала 99,25% акций ОАО «Сухая Балка» российской Evgaz Group. В январе-августе 2009 г. комбинат снизил производство железной руды на 54,5% по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. – до 912 тыс. т. В 2008 г. ОАО снизил производство железной руды на 6% по сравнению с 2007 г. – до 2,684 млн т. В августе 2009 г. комбинат произвел 130 тыс. т руды, реализовав за 8 месяцев Мариупольскому металлургическому комбинату им. Ильича 275,4 тыс. т руды при плане в 285 тыс. т, в том числе в августе – 3,9 тыс. т. Согласно балансовому распределению, в сентябре комбинат поставит ММК им. Ильича 40 тыс. т руды.

Комбинат ведет активную подготовку к постройке узла сухой магнитной сепарации. Очередным этапом подготовки стала реконструкция конвейера №4, проходившая на предприятии с 20 по 31 августа. В ходе реконструкции хвостовая и приводная части конвейера были поменены местами. Также была выполнена замена конвейерной ленты, замена рамы приводных и натяжных барабанов, перемещение приводных и натяжных барабанов.

Шахта «Юбилейная».

Шахта «Юбилейная» разрабатывает несколько разобщенных столбообразных рудных тел, которые ниже горизонта 940 м сливаются, образуя одну залежь длиной до 1300–1700 м и мощностью от 10–15 до 55 м. Угол падения основной и параллельных залежей 56°. Висячий бок месторождения сложен мартитовыми и силикатно-карбонатно-магнетитовыми роговиками прочностью 160 МПа, а лежащий бок – кварцево-серицито-хлоритовыми сланцами прочностью 120–140 МПа. Ствол шахты «Юбилейная» пройден на глубину 1210 м, а шахты «Центральная» – 1370 м. Подготовительные работы ведутся на горизонте 1180 м, а горно-капитальные – 1260 и 1340 м. Отработка 67% запасов руды на шахте «Юбилейная» производится этажно-камерными системами разработки и 33% – подэтажно-камерными с отбойкой руды вертикальными веерами глубоких скважин на горизонтальную подсечку. Высота обрабатываемого этажа 80 м.

Шахта им. Фрунзе

Шахтой им. Фрунзе разрабатываются разобщенные пластообразные, столбообразные и гнездообразные рудные тела, длина которых изменяется от 110 до 600 м, мощность от 8 до 25 м, а угол падения 55–72°. Примерно 65% рудных залежей имеют прочность 100–120 МПа, а 35% – 30–60 МПа. Висячий бок сложен мартитовыми кварцитами прочностью 90–130 МПа, а лежащий – гематитовыми кварцитами прочностью 70–90 МПа. Глубина производства очистных работ – горизонт 755 м, а горнокапитальные не превышают глубин до 1000 м.

Реквизиты: ПАО «Сухая Балка», ул. Конституционная, 5, г. Кривой Рог, Днепропетровская область, Украина, 50015,

3.6 Публичное акционерное общество «АрселорМиттал Кривой Рог» **<http://www.arcelormittal.com.ua/>**

История. Прозабание глухого местечка Кривой Рог изменила энергия А.Н. Поля – правнука наказанного гетмана Украины Павла Полуботка. Поль стал основателем промышленной добычи криворожских железных руд, инициатором прокладки железнодорожной магистрали Кривой Рог – Донбасс, строительства моста через Днепр в Екатеринославе, сооружения Брянского металлургического и Гданцевского чугунолитейного заводов. В 1897 г. Криворожский железорудный район обогнал по добыче железа Урал. Крепли его торговые связи с Великобританией, Австро-Венгрией, Голландией, Германией и западными губерниями Российской империи – Царством Польским. Экспорт руды достигал 23% добычи. Достаточно высокой производительности труда криворожские рудокопы были обязаны предпринимательскому таланту Шимановского, Роговского, Копылова, Колачевского и других горнопромышленников, металлургов. Крупным инвестициям французских и бельгийских банков Кривой Рог был обязан выходом на уровень 2/3 железорудной добычи Российской Империи.

Комбинат «Криворожсталь» был построен в августе 1934 г. 24 октября 2005 г. компания Mittal Steel Germany GmbH победила на конкурсе по продаже 93,02% акций «Криворожстали», предложив наивысшую цену среди трех претендентов – 24,2 млрд. грн. Компания Mittal Steel Germany GmbH входит в состав международного холдинга Mittal Steel – крупнейшего в мире производителя стали. Последнее название металлургического гиганта – ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог».

Сырьевая база. Предприятие имеет полный металлургический цикл, в состав которого входят: шахтоуправление имени Артема с подземной добычей руды, горно-обоганительный комплекс, коксохимическое и металлургическое производство, агропромышленный комплекс. ОАО «АрселорМиттал Кривой Рог» – крупнейший производитель стального проката в Украине, специализируется на производстве длинномерного проката, в частности, арматуры и катанки. Доля комбината на рынке металлопродукции достигает 20%. Производственные мощности предприятия рассчитаны на ежегодный выпуск более 6 млн т проката, около 7 млн. т. стали и более 7,8 млн. т. чугуна. «АрселорМиттал Кривой Рог» – основной в Украине производитель арматурной стали из средне-углеродистых марок и термоупрочненной арматуры высоких классов прочности.

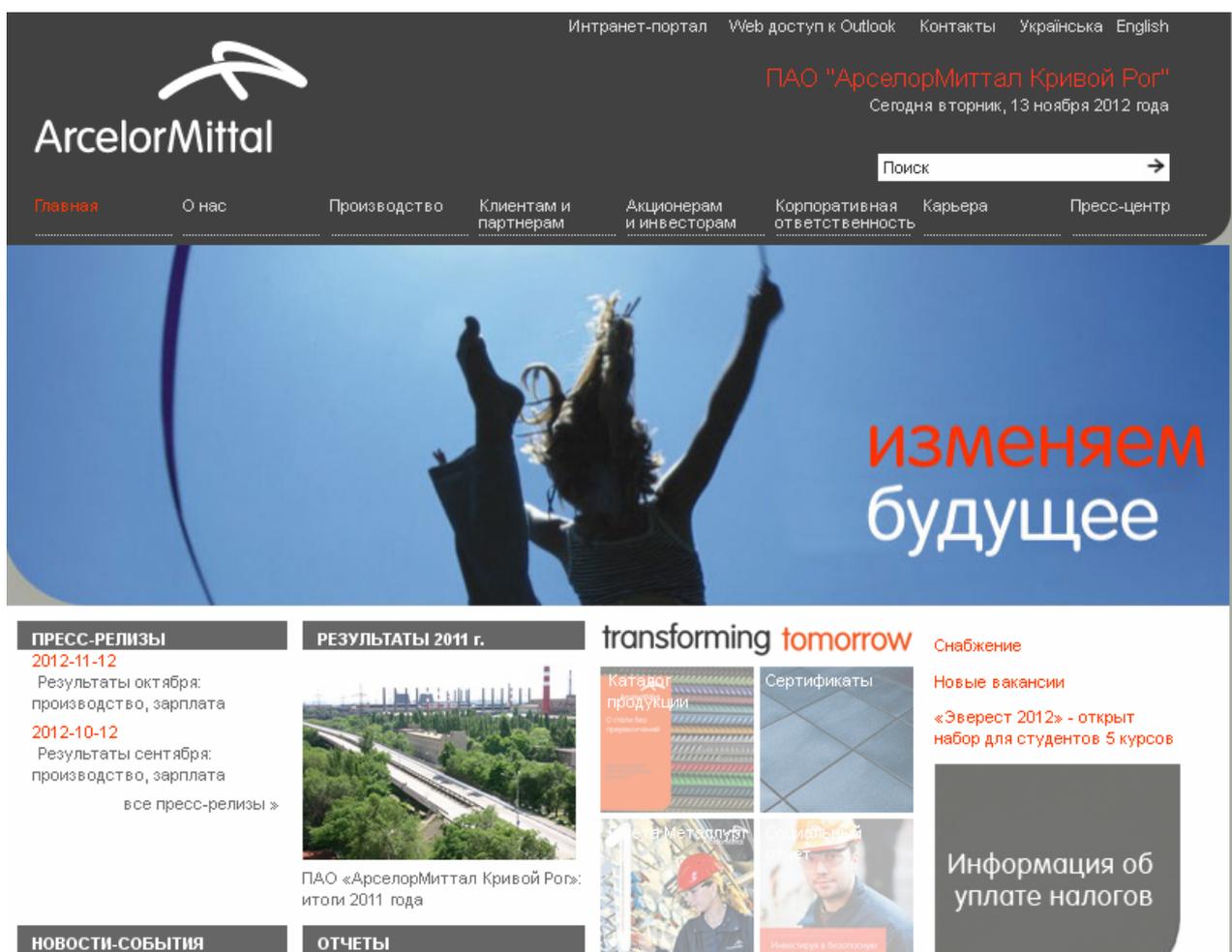


Рис.3.34 Главная страница сайта «АрселорМиттал Кривой Рог» <http://www.arcelormittal.com.ua/>

3.6.1 Структура предприятия

Коксохимическое производство. Криворожский коксохимический завод введен в эксплуатацию в 1936 г. в составе углеподготовительного, коксового и химического цехов. Соответственно, со строительством коксовых батарей был расширен углеподготовительный цех и химическое крыло завода. Коксохимическое производство в составе 6 действующих коксовых батарей. На данный момент в состав КХП входят углеподготовительный цех, коксовые цеха № 1 и 2, цех улавливания химических продуктов коксования, цех сероочистки.

Горно-обогащительное производство. Горно-обогащительный комплекс – предприятие по открытой добыче и обогащению бедных магнетитовых кварцитов с последующей агломерацией получаемых концентратов. Первая очередь комплекса введена в эксплуатацию в 1959 г. с проектной мощностью по добыче сырой руды 9,05 млн. т/г. и производству концентрата 4,54 млн. т/год с содержанием железа свыше 62%. Производственно-техническая структура комплекса представлена тремя переделами: горнотранспортным, дробильно-обогащительным и агломерационным.

Горно-транспортное производство – рудоуправление, ДФ-3, 4, горно-транспортный цех, управление железнодорожного транспорта. Сырьевая база комплекса представлена железистыми кварцитами Новокриворожского и Валявкинского месторождений, обрабатываемых двумя карьерами: № 2-бис и № 3. По отработанному карьере № 1 ведутся масштабные рекультивационные работы. Горнотранспортный цех производит доставку сырой руды и вскрышных пород из забоев большегрузными автосамосвалами грузоподъемностью 110–120 т к конвейерным подъемникам или на перегрузочные площадки. Дробильные фабрики № 3, 4 обеспечивают дробление рудоскальной горной массы размером куска от 1200 до 400 мм и транспортировку ее конвейерным подъемником (ЦПТ) на земную поверхность в карьерах № 3, 2-бис.

Дробильно-обогащительное производство - (дробильные фабрики №№ 1, 2, обогащительные фабрики №№ 1, 2). Комплекс по дроблению и обогащению железистых кварцитов и производству железорудного концентрата состоит из двух очередей. В состав I очереди комплекса входят: объекты дробления руды по четырехстадийной схеме с двумя головными дробилками крупного дробления, обеспечивающие дробление и грохочение сырой руды размером куска от 1200 мм до класса крупности 0–20 мм; корпус обогащения в составе 9 технологических секций, производящий магнитный продукт с содержанием железа 65,3% и влажностью 10,5%; склад концентрата, связанный конвейерным трактом с аглофабрикой. В состав II очереди комплекса входят: объекты дробления по трехстадийной схеме с одной головной дробилкой крупного дробления; корпус обогащения в составе пяти технологических секций, производящий магнитный продукт с содержанием железа 65,3% и влажностью 10,5%; склад концентрата с конвейерным трактом подачи концентрата на аглофабрику.

Агломерационное производство (агломерационные цеха № 1, 2, 3). Агломерационное производство комплекса представлено тремя цехами: спекательными №№ 1, 2 и шихтоподготовки – введены в эксплуатацию в 1962 г. В аглокорпусе № 1 установлено 6 агломашин КЗ-75, площадь спекания одной агломашинны 75 м². В аглокорпусе № 2 установлено 6 агломашин, площадь спекания одной агломашинны 135 м², для охлаждения агломерата используются линейные охладители площадью 125 м².

3.6.2 Агломерационное производство

Производство представлено: агломерационным цехом, доменными цехами № 1 и № 2, шлакоперерабатывающим цехом. Агломерационный цех основан в 1951 г. Основное предназначение – производство агломерата с использованием железосодержащих отходов металлургического производства комбината. Исходным сырьем для производства агломерата служит концентрат ГОКа, аглоруда шахтоуправления и железосодержащие отходы металлургического производства: шламы, шлаки, отсеvy, колошниковая и

известковая пыль и др. Полученный агломерат поступает в доменный цех № 1 комбината.

Доменный цех № 1 основан в 1934 г. В состав цеха входят 5 доменных печей № 1, 5, 6, 7, 8 с суммарным полезным объемом 10419 м³, а также бункерная эстакада, отделение приготовления огнеупорных масс и смесей, депо ремонта чугуновозов, участок десульфурации чугуна, разливочные машины. Сырьем для производства чугуна служат агломерат агломерационного цеха и ГОКа, окатыши СевГОКа, железная руда шахтоуправления, шлак обогащенный, скрап. В качестве топлива используются кокс коксохимического производства, природный газ и антрацит.

Доменный цех № 2 основан в 1974 г. В составе цеха – крупнейшая в Украине доменная печь № 9 объемом 5000 м³. Это, по сути, агрегат нового типа, вобравший в себя последние достижения технической мысли. Темпом загрузки управляет вычислительный комплекс. В состав цеха входят участок разливочных машин, склад холодного чугуна, установки припечной грануляции шлака.

Шлакоперерабатывающий цех. Основные задачи цеха - переработка огненно-жидкого шлака доменного цеха № 1 и обеспечение этого цеха составами шлаковозов, а также извлечение скрапа из шлаков текущего производства. В цехе производится: граншлак для производства цемента, шлаковая вата и пемза, граншлак и шлак отвальный для дорожного строительства. В состав цеха входят: отделение производства гранулированного шлака, минеральной ваты, отделение выбивки.

3.6.3 Сталеплавильное производство

Сталеплавильное производство комбината – это шесть самостоятельных цехов, основная деятельность которых направлена на выпуск стали, соответствующей мировым стандартам. В состав производства входят: кислородно-конвертерный цех, мартеновский цех, цех подготовки составов, копровый цех, огнеупорно-известковый цех, цех ремонта металлургических печей.

Кислородно-конвертерный цех оснащен шестью конвертерами емкостью 160 т. Продувка металла в конвертере кислородом осуществляется сверху. Для повышения стойкости конвертеров широко применяются горячие ремонты футеровки: торкретирование и азотирование. Монолитная футеровка сталеразливочных ковшей выполняется на машинах «Орбита».

Мартеновский цех включает двухванный сталеплавильный агрегат № 6 и мартеновская печь № 4. Выплавка стали производится путем интенсификации процесса кислородом, подаваемым через сводовые фурмы. На двухванном агрегате внедрены желоба специальной конструкции для отсечки печного шлака, освоен непрерывный контроль температуры металла. Система контроля и регистрации положения шиберов, двухкомпонентные весодозирующие бункера для выдачи ферросплавов в сталеразливочный ковш при сливе стали

обеспечивают высокую производительность агрегатов, повышают культуру производства.

Цех подготовки составов включает два отделения подготовки составов, которые обслуживают мартеновский и конвертерный цехи. Отделения производят наборку составов под разливку стали сверху и сифонным способом, а три отделения по раздеванию слитков обеспечивают обжимные цехи, стальными слитками с высокой температурой прибытия. При непосредственном участии работников цеха решен ряд важных вопросов, связанных с механизацией, увеличением сроков службы кранового оборудования, внедрены новые технологии: машина набивки прибыльных надставок, для подготовки изложниц под разливку спокойных марок стали, механизирована выбивка футеровки прибыльных надставок.

Копровый цех предназначен для разделки негабаритного стального и чугунного скрапа и лома. Цех расположен на двух участках: на 1-м размещены шлаковые отделения, отделение огневой резки и копровое отделение № 1; на 2-м – копровое отделение № 2. В отделении огневой резки производится прием негабаритного лома, переработка его газовой резкой и отправка сталеплавильным цехам. В шлаковых отделениях из шлаков сталеплавильных цехов извлекаются крупногабаритные куски металла и отправляются на переработку в копровые отделения. В отделении механической разделки установлены два гидравлических пакетирующих прессы усилием 1600 т/сил модели Б1642 и БА1642, производящие пакеты из металлолома, поступающего в отделение.

Огнеупорно-известковый цех состоит из отделений по производству извести, по производству огнеупоров и торкрет-массы. Производимой известью цех обеспечивает сталеплавильные цехи и аглофабрику. Процесс производства извести постоянно совершенствуется. С этой целью за вращающимися печами установлены новые высокоэффективные охладители извести, а перед вращающейся печью № 2 – подогреватель известняка, который позволяет значительно сократить расход топлива. Торкрет-масса, производимая в цехе, широко применяется для торкретирования конвертеров, повышая их стойкость на 300–400 плавов.

Цех ремонта металлургических печей предназначен для ремонта мартеновских печей, конвертеров, миксеров, методических печей прокатных станов, кольцевой и вращающихся печей ОИЦ. За годы существования цеха ручные трудоемкие работы заменены на механизированные способы ведения ремонтов. В цехе также производятся торкрет-порошки и массы, которые применяются при ремонтных работах и технологических процессах во многих цехах комбината. Применение технологии торкретирования повысило стойкость огнеупорной кладки металлургических агрегатов, увеличив количество плавов на 10%.

3.6.4 Прокатное производство

Для производства высококачественного проката комбинат располагает мощными современными автоматизированными станами, специальными

агрегатами и оборудованием для осуществления отделочных операций. В состав прокатного производства входят: блюминги № 1 и 2, сортопрокатные цеха № 1 и 2, прокатный цех № 3.

Блюминг № 1. В цехе установлены рекуперативные нагревательные колодцы, стан 1250 и непрерывно-заготовочный стан 730/500. Цех прокатывает слитки массой до 8,5 т в квадратную заготовку сечением 125x125 и 80x80 мм, которая затем передается для дальнейшего переката на мелкосортные и проволочные станы и отгружается товарной продукцией. В цехе осуществляется огневая зачистка блюмов в потоке, что обеспечивает высокое качество продукции.

Блюминг № 2. Нагрев слитков осуществляется в рекуперативных нагревательных колодцах, а прокатка – на обжимном стане 1300 и непрерывно-заготовочном стане 900/700/500. Цех прокатывает слитки массой до 12,5 т в квадратную заготовку сечением 80x80 и 150x150 мм, которая передается для переката на станы сортопрокатных цехов и отгружается товарной продукцией.

Сортопрокатный цех № 1. В составе сортопрокатного цеха № 1 три мелкосортных (250-1, 2 и 3) и один проволочный (150-1) станы. Сортамент выпускаемой продукции: горячекатаная и термически упрочненная арматурная сталь диаметром от 10 до 14 мм, круглые профили диаметром 10-14 мм, угловая, полосовая и квадратная сталь, а также катанка диаметром 5,5-6,5 мм. Продукция мелкосортных станов выпускается в прутках длиной до 12 м, а проволочного - в бунтах до 1700 кг.

Сортопрокатный цех № 2. В его составе два мелкосортных стана и проволочный стан. Мелкосортные станы 250-4,5 выпускают круглую и арматурную сталь диаметром 14–32 мм, квадратную сталь со стороной 16–22 мм, шестигранную сталь 17–27 мм. Проволочный стан 250-3 производит круглую сталь-катанку диаметром 6,5 и 8 мм, круглую арматурную сталь диаметром 6 и 8 мм. Готовая продукция мелкосортных станов выпускается в прутках длиной до 12 м, а проволочного - в бунтах массой до 550 кг.

Прокатный цех № 3. В состав цеха входит мелкосортно-проволочный стан 250/150, производящий сортовой прокат диаметром 14–32 мм и катанку диаметром 5,5-14 мм в соответствии с мировыми стандартами, в бунтах массой до 2100 кг.

Вальцетокарный цех. Цех оснащен современными станками для нарезки калибров прокатных валков, ремонта подшипников жидкостного трения. В цехе производится ремонт прокатных валков методом микроплазменного напыления. Комбинат производит прокат по отечественным и зарубежным стандартам. Качество продукции прокатного производства отвечает требованиям международного стандарта ИСО 9001 -2000.

Продукция. ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог» производит и реализует на внутреннем и внешнем рынках арматурный прокат, стальную катанку, прокат сортовой фасонный (угловой равнополочный и неравнополочный) горячекатаный из углеродистой стали. Основными видами продукции являются: заготовка стальная квадратная горячекатаная, катанка из углеродистой стали, круги чугунные, ленты клейкие, полоса стальная, прокат

стальной горячекатаный круглый, прокат стальной горячекатаный шестигранный, уголки стальные горячекатаные равнополочные, фермы стропильные металлические, штрипсы, электротехническое оборудование разное. Продукция комбината экспортируется в больше чем 60 стран мира: Алжир, Болгария, Греция, Египет, Китай, Канада, Нигерия, Сирия, США и др.

Новости. Администрация ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог» заявила о намерении с 1 августа ввести 3-дневную рабочую неделю для 18 тыс. работников комбината (на ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог» работает 41 тыс. человек). Введение сокращенной рабочей недели будет означать для трети персонала предприятия сокращение заработной платы до 40%.

3.6.5 Шахтоуправление имени Артема

История создания рудника начинается с основания в 1887 г. Южнорусского Днепровского металлургического общества. Шахтоуправление по подземной добыче руды, как структурное подразделение комбината, было образовано в апреле 2001 г. на базе отдельных производственных мощностей рудоуправления им. Кирова. После перехода контрольного пакета акций открытого акционерного общества компании MittalSteel Germany GmbH отошло шахтоуправление им. Артема.

Сырьевая база. Основной задачей шахтоуправления является обеспечение металлургического передела комбината агломерационной рудой и доменным куском в заданных объемах и в соответствии с требованиями предъявляемых утвержденных технических условий на железорудную продукцию шахтоуправления. Объемы производства железной руды составили более 1600 тыс. т, в том числе: подземная добыча по шахте им. Артема составила 1331,2 тыс. т, из них: открытая добыча в карьере «Южный» составила 270 тыс. т. Запасы железорудного месторождения оцениваются в объеме 133 млн т. Расстояние от шахтоуправления до комбината, от железнодорожной станции Кирова до станции Восточная, составляет 28 км.

Структура. В состав шахтоуправления входят следующие подразделения: шахта им. Артема, шахта «Проходческая», карьер «Южный», дробильно-сортировочная фабрика, автотранспортный цех, энергетический цех, ремонтно-механический цех. Численность сотрудников шахтоуправления составляет более 2300 человек.

Продукция. Основными видами продукции являются: агломерационная руда с содержанием железа не ниже 53,5%, некондиционная фракция рудной массы – доменный кусок с содержанием железа не ниже 34%.

Новости. В 2008 г. горняки шахты «Артем-1» выполнили сбойку главного квершлага с главным квершлагом шахты «Восточная» на горизонте 1135 м. Таким образом, стартовал этап подготовки этого горизонта к разработке рудных залежей. С началом добычи руды на этом горизонте значительно возрастет нагрузка на скипы ствола «Артем-1», с помощью которых осуществляется выдача руды на земную поверхность. Новую выработку

«Артем-1» может применить для углубки ствола шахты «Восточная» до горизонта 1315 м, что планируется осуществить в перспективе.

Реквизиты:

ПАО «АрселорМиттал Кривой Рог»,
ул. Орджоникидзе, 1, г. Кривой Рог, Днепропетровская область, Украина,
50095, тел.: (0564)785309, факс: (0564)928550,
E-mail: amkr@arcelormittal.com, Web: www.arcelormittal.com.ua

3.7 Закрытое акционерное общество «Запорожский железорудный комбинат» <http://zgrk.com.ua/>

История комбината начинается с XVII века, когда под руководством академика В.Ф. Зуева было начато геологическое изучение территории Таврийских степей. После составления приблизительной геологической карты юга Украины поиски прекратились до 1948 г., когда геологическая экспедиция под руководством В.В. Сусленикова обнаружила Белозерскую магнитную аномалию. Ее общая протяженность составила 64 км в длину и до 12 км в ширину. Впоследствии, с конца 1956 г, освоение месторождения ведет Запорожский железорудный комбинат. Торжественная выдача на-гора первой тонны железной руды Южно-Белозерского месторождения состоялась 28 августа 1967 г. на шахте «Южная». Первая очередь ЗЖРК вступила в строй 30 декабря 1969 г. Добыча сырья ведется в сложнейших гидрогеологических условиях – под семью водоносными горизонтами (включая Бучакский) на глубине более 600 м.

Сырьевая база. Из трех минеральных типов руд Южно-Белозерского месторождения преобладающее распространение получили дисперсно-гематитовые и мартитовые руды. Среднее содержание железа в массиве 62%. Наличие в руде кремнезема не превышает 10% и наблюдается незначительное количество вредных примесей серы, фосфора и глинозема. Горизонтальная мощность залежи «Главная» изменяется от 230 м на юге до 80 – на севере. Угол падения залежи увеличивается с юга на север, с 60 до 85°. Рудная площадь южного фланга на глубине – 253 м равна 95 тыс. м², которая сокращается на 5 тыс. м² с погружением на каждые 100 м. На северном фланге степень оруденения значительно меньше, чем на южном, но с глубиной она возрастет. Это дает возможность компенсировать убывающие мощности южного фланга с увеличением глубины разработки. Так запасы руды в этаже 740–840 м уже составляют 30,1 млн. т, а общие разведанные запасы руды – порядка 300 млн. т.



Среди известных во всем мире железорудных месторождений Украины Южно-Белозерское в Запорожской области - на особом счету: две трети его запасов - богатая руда, которая содержит 60-66% железа и значительно превосходит по качеству не только руду Криворожского бассейна, но и других месторождений Европы.



КОМБИНАТ - ЭТО ГОРОД И ЛЮДИ

ЗАО "ЗЖРК" - это не просто шахты. Это - фундамент города Днепрорудный, его "родитель" и кормилец. Не было бы этого симпатичного городка на карте Украины, если бы не уникальная руда и не комбинат. Более 5 тысяч жителей Днепрорудного работают на Запорожском железорудном комбинате. Важнейшей своей задачей руководство комбината считает заботу о людях, и прикладывает максимум усилий для комфортной жизни каждого из них: вовремя выплачивает приличные для отрасли зарплаты, дает ссуды на строительство жилья, содержит

Рис.3.35 Сайт ЗАО Запорожский железорудный комбинат
<http://zgrk.com.ua/>

В структуру комбината входят: добычная шахта «Эксплуатационная» и шахта по проведению горных выработок «Проходческая», дробильно-сортировочная фабрика, цех закладки выработанного пространства в шахте, энергетический, железнодорожный и автотранспортный цеха, ремонтно-механический и цех капитальных и текущих ремонтов горношахтного оборудования. Проектная мощность шахты «Эксплуатационная» составляет 4 млн. т и в 2004 г. она была достигнута. На будущее запланировано увеличение объемов добычи руды до 4,5 млн. т/год.

Центральная группа стволов («Грузовой № 1», «Грузовой № 2» и «Вспомогательный») пройдена до глубины 970 м, вентиляционные стволы «Южный» и «Северный» – до глубины 400 м, а «Дренажный-Вентиляционный» – до глубины 640 м. Очистные работы ведутся в этажах 301–340 м, 640–740 и 740–840 м, а горно-капитальные – в этаже 840–940 м. Отработка запасов руды на комбинате производится с помощью этажно-камерной системы разработки с заполнением выработанного пространства твердеющими смесями. Высота отрабатываемого этажа равна 100 м.

Подготовка запасов в пределах этажа принята полевая ортовая с кольцевой схемой откатки. Транспортировка руды осуществляется с помощью контактных электровозов К-14 и вагонеток ВГ-4 или ВГ-10. Проведение горизонтальных подготовительных выработок осуществляется буровзрывным способом. В состав проходческого комплекса входят самоходные буровые

установки отечественного производства УБШ-207 (СБКНС-2М), погрузочные машины ППН-3А, ПТ-4 и вентилятор ВМ-5М. С 1993 г. для проведения горизонтальных выработок применяют импортное проходческое оборудование: самоходные буровые установки Bommer Н-251, Bommer Н-252 и погрузочно-доставочные машины типа PNE-1700, PNE-2500. Вертикальные выработки проводятся с помощью проходческого комбайна Robbins 72RN, а также в основном методом секционного взрывания скважин.

Запасы шахтного поля обрабатываются с помощью этажно-камерной системы разработки подэтажной отбойкой руды и с последующим заполнением выработанного пространства твердеющей закладкой. Очистные работы состоят из трех этапов: подсечка запасов камеры (с помощью разворота воронок), отрезка камеры (образование вертикальной отрезной щели) и непосредственно выемка запасов камеры. На комбинате применяется всасывающий способ и диагональная схема проветривания, которое осуществляется за счет главных вентиляторных установок, расположенных на Северном, Южном и Дренажном вентиляционных стволах. По центральной группе стволов свежий воздух подается на основные эксплуатационный горизонты 340, 480, 640, 740 и 840 м. 27 февраля 2009 г. проходческой бригадой В.В. Колесника была вскрыта рудная залежь Переверзевского месторождения. Работы по вскрытию месторождения были начаты в 1986 г. а возобновились в 2007 г. и были доведены до логического завершения.

Продукция: агломерационная руда с содержанием железа 62% (кремнезем до 16,4%, крупность 0...20 мм); мартеновская № 21 и 22 руда с содержанием железа 58,5 и 61,5%, соответственно (влажность до 3,0%, кремнезем до 15%, крупность до 360 мм); доменная руда с содержанием железа 53,5% (кремнезем до 28,5%, крупность до 100 мм).

Потребили: агломерационная руда с содержанием железа 62% (кремнезем до 16,4%, крупность 0–20 мм); мартеновская № 21 и 22 руда с содержанием железа 58,5 и 61,5%, соответственно (влажность до 3,0%, кремнезем до 15%, крупность до 360 мм); доменная руда с содержанием железа 53,5% (кремнезем до 28,5%, крупность до 100 мм).

Новости. План по добыче руды за 1 полугодие 2010 г. выполнен на 100%, при этом выход аглоруды составил 90,5% (в соответствующий период прошлого года — 86,7%). Такой рост объясняется большой работой по реконструкции ДСФ, которая была проведена в прошлом году (установка нового грохота и новой дробилки). В полном объеме выполняются обязательства по поставкам руды потребителям. При этом доля экспорта в отгрузке возросла до 51,8% (в 2009 г. — 45,2%). В текущем году отмечается рост закладочных работ на 34%, соответственно это отразилось и на себестоимости нашей продукции. По сравнению с прошлым годом более чем на 10 млн. грн. увеличились средства, направляемые на ремонты, из них почти на 8 млн. увеличилось финансирование ремонтов, выполняемых хозспособом. На капитальные ремонты выделено 52 млн. грн., в том числе на приобретение оборудования — 9 млн грн. Это значительно меньше, чем в предыдущие годы,

и объясняется финансовыми трудностями, которые переживает предприятие в условиях мирового экономического кризиса.

Реквизиты:

ЗАО «Запорожский железорудный комбинат»,
Промплощадка, г. Днепрорудный, Запорожская область, Украина, 71631,
тел.: (06175)67254, факс: (06175)6731, телекс: 127185 RUNO,
E-mail: info@zgrk.com.ua <http://zgrk.com.ua/>

3.8 Государственное предприятие «Восточный горно-обогатительный комбинат» <http://vostgok.com.ua/>

История. Залежи железных руд по реке Желтой разведаны в 1895 г. Были открыты крупное Желтореченское месторождение и небольшие по запасам Нетесовское, Урсати и др. Разработка запасов, выходящих на земную поверхность, началась в 1898 г. Месторождения разрабатывались открытым способом до 1934 г. В период с 1898 по 1934 гг., кроме основной залежи Желтореченского месторождения функционировали карьеры: Урсати – с 1899 г.; Нетесовский – с 1907 по 1912 гг.; Михайловский – с 1904 г.; Колотти – с 1900 г.; Ольховский – с 1899 по 1915 гг. Начало добычи и переработки урановых руд в Украине относится к концу 40-х гг. прошлого столетия. В 1945 г. геологами Центральной разведочной партии украинского геологического управления были обнаружены признаки уранового оруденения на Первомайском и Желтореченском месторождениях. В 1946 г. началась разведка месторождений и к 1951 г. она была завершена.



Рис. 3.36 Сайт ГП Восточный горно-обогатительный комбинат <http://vostgok.com.ua/>

Добыча урановых руд Желтореченского и Первомайского месторождений начата в 1948 г. трестом «Ленинруда» Министерства черной металлургии. Перерабатывающий гидрометаллургический завод № 906 был запущен в 1949 г. Для увеличения добычи урана 24 июля 1951 г. Совет Министров СССР принимает постановление о создании комбината № 9 треста «Ленинруда» (затем предприятие № 28, а с 1966 г. – предприятие п/я 6449, далее Восточный горно-обогатительный комбинат) на базе рудников имени 1 Мая, Желтая Река и нескольких других предприятий. Строительство основных шахт на рудниках было завершено в период с 1954 по 1958 г. Сразу же на глубину 800 м были заложены капитальные стволы шахт «Объединенная» и «Северная» на Первомайском руднике, «Новая» и «Ольховская» – на Желтореченском.

В течение 70-х годов был построен и выведен на проектную мощность первый в Кировоградской области Ингульский рудник со всеми вспомогательными подразделениями. В 80-х годах ГП «ВостГОК» в своей структуре имел четыре подразделения – шахты «Ольховская», «Новая» на Желтоводской площадке, «Северная» Ингульского и № 1 Смолинского рудников, гидрометаллургический и ремонтно-механический заводы, центральную научно-исследовательскую лабораторию автоматики, научно-производственный комплекс «Автоматика» и «Машиностроение» и другие вспомогательные цеха.

Сырьевая база. Ватутинское месторождение расположено в поселке Смолино Кировоградской области и эксплуатируется с 1973 г., а Мичуринское – на окраине Кировограда – с 1969 г. На Ватутинском, по приблизительным оценкам, возможно добыть 15–30 тыс. т урана, на Мичуринском, по оценкам экспертов, осталось запасов на 10–20 лет, то есть будет добыто не более 12 тыс. т урана. На расстоянии 5,5 км от ствола шахты «Мичуринская» находится шахта «Центральная» со значительными запасами урана. Так как вся инфраструктура добычи находится на Ингульском горнодобывающем комбинате, было принято решение, используя существующие штольни, поддерживать объем добычи на прежнем уровне, вовлекая запасы шахты «Центральная».

Все разведанные месторождения относятся к крупным по запасам урана. Характерны значительные геометрические размеры уранового оруденения. Отдельные залежи имеют протяженность по падению до 0,1 км и простираются до 1 км. В сочетании с высокой прочностью руд и вмещающих пород, столь крупные размеры рудных тел позволяют применять высокопроизводительные этажно-камерные системы разработки с отбойкой руды из поэтажных выработок с производительностью очистного блока 20–25 тыс. т руды в месяц. Руды разведанных месторождений отличаются простым и относительно постоянным химическим и минеральным составом. Благодаря этому обеспечивается постоянство химического и минерального состава товарной руды, поступающей на гидрометаллургический передел, что способствует достижению высоких технико-экономических показателей переработки руд. Руды мономегалльные, содержат только уран, благодаря чему выпускаемый концентрат природного урана отличается высокими качественными

характеристиками. Кроме того, отходы гидрометаллургического производства не содержат в своем составе, кроме урана, никаких других токсичных тяжелых металлов, что упрощает условия хранения этих отходов и снижает вредное воздействие на окружающую среду.

Структура. Подразделения комбината расположены в трех областях: Днепропетровской, Кировоградской и Николаевской. Центральный офис находится в город Желтые Воды Днепропетровской области. В состав комбината входят шахты «Смолинская», «Ингульская» и «Новоконстантиновская», гидрометаллургический, серноокислотный и ремонтно-механический заводы, научно-производственный комплекс автоматики и машиностроения, центральная научно-исследовательская лабораторию и другие вспомогательные подразделения. Основные фонды составляют более 308 млн. грн при численности персонала порядка 8 тыс. человек.

Продукция: концентрат природного урана чистотой 99,85% (94% UO₂ + 6% UO₃) до 76% от общего объема продукции, который составляет порядка 300 млн. грн/год, а также серная кислота до 9%, прочие услуги до 9%, продукция машиностроения до 5% и научно-исследовательские работы до 1%.

Реквизиты:

ГП «Восточный горно-обогатительный комбинат»,
ул. Горького, 2, г. Желтые Воды, Днепропетровская область, Украина, 52210,
тел.: (05652)95914, факс: (05652)55171,
E-mail: vostgok@email.dp.ua, Web: vostgok.com.ua

3.9 Шахта «Ингульская»

<http://www.spr.ua/kirovograd-i-kirovogradskiy-rayon/ingulskaya-shahta-gp.html>

Дата основания шахты «Ингульская» – 3 февраля 1967 г. Расположена на расстоянии 8 км юго-восточнее города Кировоград. В феврале 1970 г. была выдана первая вагонетка с рудой по стволу шахты «Северная». Шахта ведет добычу руды из Мичуринского и восточной зоны Центрального месторождений. Обеспеченность запасами, при производительности шахты «Ингульская» на уровне 2000 г., составляет около 15 лет. Месторождение Мичуринское начали осваивать в 1965 г. с проведением главных стволов «Северный» и «Южный», которые введены в эксплуатацию в 1973–1974 гг. Параллельно с использованием разведочного ствола «Вспомогательный» вскрывали и подготавливали запасы в этаже 90–150 м, где сосредоточено около 30% руды. Подготовку залежей Северо-Западной зоны, наиболее удаленной от реки, начали в 1967 г., а в 1970 г. приступили к отработке первых опытных блоков, выдавая руду в клетях по стволу «Вспомогательный».

Очистные работы ведутся в этаже 280–210 м. Руда выдается клетьевым подъемом ствола «Северный». Месторождение Центральное вскрыто двумя стволами «Разведочно-Эксплуатационный №№ 4 и 5», которые пройдены на

глубину 1048 и 336 м, соответственно, а закладочный шурф – 160 м. Горизонтальными выработками месторождение вскрыто на горизонтах 160, 230 и 300 м. Высота обрабатываемого этажа 70 м. Очистные работы ведутся в этажах 410, 500–590 и 590–680 м, а горнокапитальные – в этажах 680–770 и 770–950 м. Такая схема вскрытия Центрального месторождения позволила транспортировать руду под землей к стволу шахты «Северная» Мичуринского месторождения, не используя поверхностный комплекс шахт «Разведочно-Эксплуатационный №№ 4 и 5» для сооружения рудосортировочной установки, размещения отвалов пустых пород и складов забалансовых руд. На шахте работает свыше 1500 трудящихся, в том числе 320 женщин.

Новости. Проведенные на предприятии опытно-промышленные работы по разработке новых технологий подземного, блочного и кучного выщелачивания урана могут в ближайшее время внести свой вклад в усовершенствование технологии извлечения полезных компонентов из руды и способствовать снижению расходов на производство.

The screenshot shows the website 'SPR Справочник предприятий Украины'. The main header has a search bar and navigation links. The page title is 'ИНГУЛЬСКАЯ ШАХТА, ГП, добыча урановой руды.' Below the title, there is a 'Отзывы' (Reviews) section with a '0 : 0' rating and a 'Добавить отзыв' button. To the right, there is a 'Яндекс Директ' link and a 'Все объявления' link. Below that, there is a 'ГOK' logo and the text 'Справочник Горно-обогатительных комбинатов miningexpo.ru'. The 'Адрес' (Address) section lists 'Украина, Кировоградская область, Кировоград г., Неопалиновка' and a 'Схема проезда' link. The 'Телефон' (Phone) section lists three numbers: '+380 (522) 24-97-96', '+380 (522) 24-96-58', and '+380 (522) 24-96-58'. The 'Контакты' (Contacts) section has a 'Написать письмо' link. The 'Сайт' (Website) section has a 'Указать сайт' link. The 'Рубрика' (Category) section is 'Газовые компании'. On the right, there is a map of Kirovograd with a red star marking the location. At the bottom, there is a 'Карточка № 378499' section with a 'Внести изменения' link and a 'Яндекс Директ' link. A small advertisement for 'Разработка сайтов!!!' is also visible.

Рис. 3.37 Страница шахты Ингульская на сайте Справочник предприятий Украины
<http://www.spr.ua/kirovograd-i-kirovogradskiy-rayon/ingulskaya-shahta-gp.html>

Для потребностей шахты приобретена самоходная бурильная установка «Boomet» шведского производства компании «Atlas Copco». Эксплуатация

нового оборудования начата с сентября 2009 г. Техника предназначена для подготовки очистных блоков и добычи руды ниже горизонта 300 м и позволит шахте выдавать запланированный объем «богатой» руды. С приходом новой техники шахта смогла приступить к плановому капитальному ремонту машин, ресурс которых был выработан в прошлом году; стабилизировать работу шахты по добыче руды, что положительно скажется на выполнении плановых показателей, как по количеству, так и по качеству. В ближайшее время на шахту также поступит дизелевоз китайского производства на пневматическом ходу, с объемом ковша 20 м³, а в 2010 г. планируется получить еще 10 единиц новой импортной техники.

3.10 Шахта «Смолинская» <http://wikimapia.org/8054993/ru/>

Дата образования шахты «Смолинская» – 28 апреля 1972 г. Она расположена в пгт Смолино Кировоградской области. Шахта отрабатывает Ватутинское месторождение, представленное линзообразными залежами с весьма сложными контурами. Общая протяженность оруденения по простиранию составляет 950 м, по падению до 850 м, при ширине рудной зоны от 15 на юге до 300 м на севере. Структура месторождения состоит из трех зон: Восточной, Центральной и Северо-Западной, каждая из которых представляет серию рудных тел. На месторождении детально разведано 17 крупных рудных залежей. Размеры отдельных залежей колеблются в широких пределах: по простиранию 50–69° м, по падению 35–180 м с мощностью 2,0–28,0 м. Угол падения 60–70° на запад. Вмещающие породы прочностью 120–180 МПа. Основным породообразующим минералом всех видов альбититов является альбит, который составляет в среднем 60–80% вмещающей породы. Урановые руды Ватутинского месторождения характеризуются бедным и рядовым содержанием СаО, которое составляет 1–3%.

Стволы «Главный» и «Вспомогательный» пройдены до горизонта 460 м. Ствол «Слепая № 2» пройден между горизонтами 460–640 м. Ствол шахты «Слепая № 1» пройден с горизонта 280 до 640 м. Высота отрабатываемого этажа 60 и 90 м. Очистные работы ведутся в этаже 460–550 и 70–100 м, подготовительные – в этажах 460–550 и 550–575 м, горно-капитальные – 550–640 м. Отработка запасов руды на шахте производится с помощью этажно-камерной системы разработки с заполнением выработанного пространства твердеющими смесями. «Смолинская» шахта – самое численное подразделение комбината. Она также является и самым крупным предприятием Маловискивского района.

Новости. Продолжается модернизация производства и в последние годы шахтой приобретено новое проходческое оборудование, что значительно повысило производительность труда проходчиков, позволило форсировать выполнение проходческих работ. Летом 2009 г. в забой шахты были спущены 3 единицы транспортно-доставочной техники китайского производства, которые после наладки приступили к работе, начиная с сентября 2009 г. Так, например, машина «ST-3,5» введена в эксплуатацию для развития работ на горизонте 640–

550 м. Она позволит ускорить проведение горнопроходческих работ и увеличить объем добычи.

Аренда, услуги спецтехники
Экскаваторы, бульдозера, поргрузчики. Земельные работы любой сложности.
spectehavairesyrs.com.ua
Реклама от Google

Шахта «Смолинская»
Украине / Kirovohradska / Smoline /
шахта, уран (добыча/обогащение)

Урановый рудник - ВостГОК
Предприятие по добыче урановой и ториевой руд.
Ссылка: rudana.in.ua/wostgok.htm
Wikipedia article: http://ru.wikipedia.org/wiki/Восточный_горно-обогатительный_комбинат

Рис. 3.38 Страница шахты Смолинская на сайте <http://wikimapia.org/8054993/ru/>

Начиная с мая 2006 г., на шахте был внедрен передвижной рудосортировочный комплекс, работа которого позволила из отвальных продуктов выделить товарную руду для извлечения урана и выделения чистого щебня, пригодного в качестве строительного материала 2-го класса для строительства автодорог. Осуществляется дробление негабаритных кусков с помощью гидромолотов с дальнейшим обогащением пустых пород. Новая технология решает проблематику рекультивации отвалов, которая получила дальнейшее развитие благодаря новому комплексу «Алтаит», который по своим параметрам превзошел ПРСК по производительности в 2 раза. Новый комплекс позволяет снизить негативное влияние горных отвалов шахт на окружающую среду и получить при этом дополнительные товарные продукты.

3.11 Шахта «Новоконстантиновская» <http://wikimapia.org/18558825/ru>

18 апреля 2006 г. по решению Министерства топлива и энергетики Украины Новоконстантиновский рудник отделился от ГП «Восточный горно-обогатительный комбинат» и преобразовался в отдельное ГП «Дирекция предприятия, которое строится на базе Новоконстантиновского месторождения урановых руд». Шахта «Новоконстантиновская» была возвращена в состав ГП «ВостГОК» Приказом Минтопэнерго Украины от 26 ноября 2009 г. №659 «О реорганизации Государственного предприятия «Дирекция предприятия, строящегося на базе Новоконстантиновского месторождения». Район Новоконстантиновского месторождения расположен в центральной части Украинского щита в пределах Кировоградского тектонического блока. Месторождение приурочено к тектоно-метасоматическому узлу, образованному пересечением Восточного и Секущего разломов, которые контролируют не только образование альбититов, но и локализацию уранового оруденения, которое локализовано в альбититах. Рудные залежи на месторождении локализованы в трех протяженных, выдержанных по простиранию и падению рудных зонах I, II, III. Запасы шахты «Новоконстантиновская» оцениваются в 3 млн т руды (3 тыс. т урана) с производственной мощностью до 1,5 млн т/г. руды (1,5 тыс. т урана). Месторождения, которые располагаются в Кировоградской области, локализованы в двух рудных узлах – собственно Кировоградском (район областного центра г. Кировоград) и Новоконстантиновском (район поселка Малая Виска). При этом следует отметить, что руды Новоконстантиновского рудного узла, который включает 6 месторождений, на 30% богаче запасов Кировоградского рудного узла.

Проект строительства предприятия на базе запасов Новоконстантиновского месторождения разработан ГП «Украинский научно-исследовательский и проектно-изыскательский институт промышленной технологии» в 1997 г. (проект утвержден Постановлением Кабинета Министров Украины – Протокол № 256 от 09.06.2001 г.). Утвержденным проектом предусмотрены строительство I каскада предприятия и отработка запасов месторождения в этаже -120– -480 м с годовой производительностью по добыче горной массы 2000 тыс. т/год, по руде – 1500 тыс. т 1000 тыс. т добытой руды планировалось отправлять в г. Желтые Воды для гидрометаллургической переработки на ГМЗ-1. 500 тыс. т руды перерабатываются на ГМЗ-2, располагаемом на площадке горного комплекса. Объем переработки обусловлен объемом приготовления твердеющей смеси для закладки выработанного пространства. Шахта «Новоконстантиновская» по обеспеченности запасами урана, является крупнейшим в Европе предприятием. Общая протяженность оруденения по простиранию составляет 1,5 км, по падению до 1,2 км при ширине рудных зон от десятков метров до 0,25 км. Рудоносные зоны 1, 2 и 3 расположены в северо-западной части, вблизи Секущего разлома и в восточной части месторождения, запасы которых составляют 38, 25,6 и 36,4% балансовых запасов, соответственно. Рудные зоны состоят из пространственно разобщенных рудных залежей, отличающихся друг

от друга размерами, морфологией, качеством руд и другими параметрами. Всего на месторождении разведано 178 залежей. Рудные альбититы и вмещающие их граниты устойчивые, практически все выработки проходятся без крепления. Их прочность составляет 160–180 МПа. В рудах установлено 9 урановых и 5 урансодержащих минералов, из которых важнейшими являются: окислы – уранинит, настуран, гидроокислы урана, составляющие в балансе оруденения 74%; силикаты урана – коффинит, уранофан, болтвудит, бетауранотил 21% и титанаты – браннерит 5%. Месторождение вскрыто тремя стволами: «Главный», пройденным до глубины 680 м; «Разведочно-Эксплуатационный» (РЭ-6), пройденным до глубины 1086 м и «Вентиляционный» – до глубины 680 м. Проектная мощность пускового комплекса шахты составляет 250 тыс. т/г.

Новости. Летом 2008 г. шахта выдала на-гора первую тонну руды. Очистные работы реализуются в этаже 240–300 м, горно-капитальные – на горизонте 300 м. Оработка основных запасов руды будет производиться с помощью поэтажно-камерной системой разработки и заполнением выработанного пространства твердеющими смесями. Высота планируемых к отработке подэтажей принята 30–40 м с масштабным использованием современной самоходной техники. Планом строительства шахты предусмотрено постепенное наращивание объемов добычи руды от 30 тыс. т в 2009 г. до 75 тыс. т в 2010 и 2011 г. С 2012 г. планируется резкое наращивание объемов производства до 250, 500, 900, 1500, 2000, 2457 тыс. т/г.

3.12 Общество с ограниченной ответственностью «Восток-Руда» **<http://vostokruda.com.ua/>**

История. Залежи железных руд по реке Желтой разведаны в 1895 г. Были открыты крупное Желтореченское месторождение и небольшие по запасам Нетесовское, Урсати и др. Разработка запасов, выходящих на земную поверхность, началась в 1898 г. Месторождения разрабатывались открытым способом до 1934 г. После 1917 г. на базе запасов Желтореченского железорудного месторождения было организовано рудоуправление «Желтая река» треста «Кривбассруда». С 1934 г., после ввода в действие шахты «Капитальная», началась отработка запасов исключительно подземным способом, с производительностью 75–770 тыс. т/г. Рудник функционировал до начала оккупации Криворожья немцами. Во время войны рудник был затоплен, подъемная установка выведена из строя. Все попытки немцев восстановить рудник успеха не имели. В конце 1944 г., после освобождения поселка Желтая Река, началось восстановление рудника. С 1950 по 1993 г. эксплуатацией запасов железных руд Желтореченского месторождения занимался Восточный горно-обоганительный комбинат. В течение 50-х – 60-х гг. ВостГОКом проведена реконструкция рудника. Построены новые капитальные шахтные стволы – «Ольховская». Произведена углубка действующих шахт

«Капитальная» – до горизонта 405 м, «Михайловской» – до горизонта 335 м. В 1968 г. сдан в эксплуатацию шахтный ствол «Новая-Глубокая», пройденный до горизонта 1105 м. В 1974 г. введен в эксплуатацию ствол шахты «Слепая-14», пройденный с горизонта 1105 м до горизонта 1445 м.

Сырьевая база. С 1993 г. на базе запасов скандий-ванадиевых и железных руд Желтореченского месторождения было создано совместное украинско-барбадоское предприятие «ВостГОК-Ашурст. Из-за отсутствия спроса на скандиевую продукцию, отсутствия эффективной технологии обогащения и выделения скандия, высокой себестоимости промежуточных и конечных продуктов на всех стадиях производства, а также ошибок учредителей в оценке мирового спроса на скандиевую продукцию с 1 ноября 1995 г. скандиевая программа была приостановлена до 2002 г. и в дальнейшем не возобновлялась. С момента остановки работ по добыче скандиевых руд основным направлением работы совместного предприятия была добыча железных руд, совершенствование технологии переработки с целью повышения содержания железа в выпускаемом концентрате и совершенствование структуры управления. Развитие работ по дальнейшему освоению запасов железных руд иностранным инвестором не финансировалось. Однако, несмотря на это, добыча железных руд производилась с выпуском железорудного концентрата. В настоящее время созданы условия для проведения горно-подготовительных работ по рудной залежи Западный пласт в этаже 405–685 м. Запасы железных руд Желтореченского месторождения, по состоянию на 01.01.2006 г. составляют: залежь «Основная», всего – 49185 тыс. т, в том числе: богатые руды – 9367 тыс. т, бедные – 39818 тыс. т, из них – С1 – 30048 тыс. т, С2 – 9770 тыс. т; рудная залежь Западный пласт, всего – 411464 тыс. т, в том числе: В – 25467 тыс. т, С1 – 130091 тыс. т, С2 – 255906 тыс. т.

С 1996 г. на предприятии объемы горнопроходческих работ по подготовке запасов железных руд резко сократились. С переименованием предприятия в «Восток-Руда» и приходом в 2001 г. новых инвесторов «Экология Днепр», а затем «Украинские экспортные ресурсы», ситуация не изменилась, инвестирование горно-подготовительных работ не производилось. С 1996 до начала 2002 г. дорабатывались ранее подготовленные запасы железных руд Основной залежи. В апреле 2002 г. добыча железных руд была полностью остановлена. Во втором квартале 2002 г. началось затопление шахтных горных выработок, т.к. насосные установки были демонтированы и вывезены. До 2004 г. уровень воды поднялся до критического уровня, почти до горизонта 405 м. Дальнейшее затопление грозило для города Желтые Воды экологической катастрофой, поскольку выше этого горизонта остались неотработанными запасы урановых руд с большим количеством пирита. С приходом на предприятие нового инвестора – Полтавского ГОКа, в лице его дочернего предприятия «Ферротранс», затопление шахтного поля было остановлено и началось его осушение и восстановление горных выработок на осушенных горизонтах.

ООО "Восток-Руда"

Характеристика предприятия

Общество с ограниченной ответственностью «Восток-Руда» было образовано 27 августа 2002 года на основании протокола №30 собрания Учредителей предприятия. ООО «Восток-Руда» является правопреемником предприятия с иностранными инвестициями в форме общества с ограниченной ответственностью «Совместное предприятие «ВостГОК-Ашурст». На балансе этого предприятия действует шахта «Новая», до этого она существовала на базе Восточного горно-обогатительного комбината (ВостГОК).

Местонахождение общества: Украина, 52210, Днепропетровская область, г. Желтые Воды, пер. Капитальный, 2.

Желтореченское месторождение находится в северной части Криворожского железорудного бассейна. Железной и шоссейной дорогами г. Желтые Воды связан с железнодорожной станцией Пятихатки(18 км), Кривой Рог(69 км) и Днепропетровском(130 км). Желтореченское месторождение рудосодержащей структурой железных и комплексных руд. Складка прослеживается в субмеридиальном направлении и углубляется к северу под углом 60-70 градусов, длина складки-9км при ширине от 0,5 до 2 км.

Железная руда вырабатывается на 415-435-575 горизонтах системой непрерывного поверхностного обвала с отбоем руды глубокими блоками и гашение пустот породами из карьера. Месторождение раскрыто тремя стволами шахт: «Новая» до горизонта 755м, «Новая глубокая» до горизонта 1105м, «Слепая-12» пройдена между горизонтами 895-615м. Ствол шахты «Новая» имеет глубокое сечение площадью 38,5 м², закреплено монолитным бетоном. Ствол оснащен двухсменными подъемными. Клетки двухэтажные, рассчитанные на подъем вагонеток ВГ-2,1, грузоподъемностью скипов до 17 тонн.

Предметом деятельности ООО «Восток-Руда» является осуществление производственной, консультационной, экспертной, инвестиционной, финансовой и другой хозяйственной деятельности, выполнение работ и предоставление услуг, как на территории Украины, так и за рубежом с целью получения прибыли в интересах Учредителей.

Для реализации этой цели ООО «Восток-Руда» осуществляет такие виды деятельности:

- поиск (разведка) полезных ископаемых;
- эксплуатация месторождения полезных ископаемых;
- добыча железных и других руд, их обогащение и другая переработка;
- покупка, владение и распоряжение правами на разработку металлов и минералов и железорудного сырья (полезных ископаемых);
- разработка, добыча, переработка, очистка, анализ, складирование, продажа и другие виды коммерческой эксплуатации всех видов

Рис. 3.39 Сайт ООО Восток – Руда <http://vostokruda.com.ua/>

Новости. В настоящее время шахта осушена до горизонта 755 м, на горизонте 685 м оборудована насосная станция, работающая на поддержание уровня воды в стволе ниже горизонта 755 м на 10–15 м. Горные работы ведутся на горизонтах 475–545 м. Горнопроходческие работы производятся тремя проходческими комплексами финского производства в составе буровых карет АХЕРА 07-240 и погрузочно-доставочных машин ТОРО-400D. Добычные работы ведутся в двух очистных блоках. Эксплуатационное бурение осуществляется двумя буровыми установками глубокого бурения SOLO 07-10F. Восстающие выработки проходятся при помощи буровой установки RHINO-408.

На 2009 г. было запланировано приобретение и замену дробильной установки на ДБК, а также приобретение одного подвижного состава, что позволит повысить производительность добычного комплекса на 30–40%, и создаст предпосылки для увеличения добычи руды до 640 тонн на одного работника предприятия в год. Для выемки руды из блоков необходимо приобрести электрическую машину EJC 145 производства фирмы SANDVIK, а так же установку для дробления негабарита непосредственно на участке добычи.

3.13 Шахта «Новая» <http://wikimapia.org/16287910/ru>

История становления шахты берет свое начало с периода закладки и проходки ствола шахты «Капитальная» в начале тридцатых годов прошлого столетия шахтоуправлением треста «Кривбассруда», строительства надшахтного здания – копра, здания подъемной машины и других бытовых и хозяйственных сооружений (эстакад, аварийного склада, бытового комбината и т.п.). Ствол шахты «Капитальная» диаметром 5 м пройден с поверхности до горизонта 267 м, с последующим углублением до горизонта 405 м, оборудован клетьевым и скиповым подъемами, подземным дробильным комплексом. Оборудование ствола состоит из бетонных стен, металлических горизонтальных балок вмонтированных в бетонные стены, деревянных проводников и разделяющих металлических решеток. Работы по добыче железной руды подземным способом в этаже 207–155 м велись в основном по трем направлениям – Главной залежи, залежи Северо-Западного отрога (СЗО) и Восточной залежи. Добыча железной руды с содержанием железа 55–56% велась мелкошпуровым способом в сложных горно-геологических условиях, при крепости руд и вмещающих пород Главной залежи 160–180 МПа, залежи СЗО – 180–200 МПа и Восточной залежи 140–160 МПа. Размеры очистных блоков (камер), в которых проводилось бурение шпуров перфораторами, оборудованными буровыми штангами и крестообразными коронками, соответствовали 60×30×70 м. На подземных работах находились в эксплуатации вагонетки с опрокидывающимися и глухими кузовами емкостью 0,7 и 1 т с применением ручной и конной откатки.

Проходка с диаметром 7,5 м до горизонта 1105 м со строительством надшахтного здания и всего поверхностного технологического комплекса по приемке и переработке урановых руд, а также ствола шахты «Слепая-14» с горизонта 1105 до 1445 м позволило решить вопросы добычи урановых руд на нижележащих горизонтах, т.к. запасы на верхних горизонтах были в стадии доработки. С вводом в эксплуатацию шахты «Новая-Глубокая» добываемая урановая руда в небольших объемах из верхних горизонтов перепускалась через рудоперепускники на горизонт 1105 м, а с нижележащих горизонтов выдавалась через ствол шахты «Слепая-14» на тот же горизонт 1105 м и далее выдавалась на поверхностный технологический комплекс, перерабатывалась и погружалась в железнодорожные вагоны.

Структура предприятия выглядит следующим образом: шахта «Новая», осуществляющая добычу железных руд; перерабатывающий комплекс, осуществляющий переработку железных руд; компрессорная станция; ремонтно-механические мастерские; участок административно-бытового обслуживания; участок автохозяйства; ремонтно-строительный участок; участок охраны предприятия. Железная руда после дробления в подземном дробильно-бункерном комплексе горизонта 685 м (класс 300–50 мм) выдается скипами на поверхностный дробильно-сортировочный комплекс. На ДСК руда подается на конусные дробилки, где производится дробление до класса 130 мм. Далее питателем подается на классификацию в корпус контрольного

грохочения, там руда класса +25 мм подается на фабрику, а более крупная на стадию дробления и затем на фабрику. Конечный продукт ДСК – руда крупностью +25 мм (40%), влажностью 6%, содержанием железа 41%.

На ОФ-2 руда подается на стержневые мельницы 1 стадии измельчения, а затем разбавленная водой до влажности 40–45% идет в классификаторы, работающие в замкнутом цикле с шаровыми мельницами стадии измельчения. Тонкий слив (80% класса 0,074 мм) с содержанием твердого компонента 28–32% подается на дешламацию, где происходит частичное обесшламливание и сгущение материала. Слив классификатора после дешламации поступает на магнитную сепарацию (барабанные сепараторы с постоянными магнитами) и фильтрацию, после чего выходит концентрат с содержанием железа 64,5%, влажностью 8–9%. При необходимости повысить содержание железа до 66,1% концентрат направляется на классификацию в гидроциклон, затем на шаровые мельницы, где получается продукт крупностью 90% класса –0,074 мм. Далее осуществляется сепарация в три приема, в результате чего получают три продукта: отвальные хвосты, железный концентрат с содержанием железа 64,5% и концентрат с содержанием железа от 66,0 до 66,5%.

Новости. За 2008 г.: пройдено подготовительных выработок 2,4 км; отработан блок № 3 и введен в эксплуатацию блок № 5; нарезаны для эксплуатационного бурения блоки № 1, 7, 9; перестелено рельсовых путей 360 п.м. Применение новой схемы глубокого бурения вееров и переход с коронок Ø 102 мм на Ø 89 мм дал уменьшение расхода количества взрывчатых веществ на 20%. Производительность проходческих комплексов составила 12 м³/чел-см. Объем добычи руды на одного работника шахты «Новая» и ДСК составляет 1088 т/год, а на одного работника предприятия – 455 т/г.

Реквизиты:

Общество с ограниченной ответственностью «Восток-Руда»,
пер. Капитальный, 2, г. Желтые Воды, Днепропетровская область, Украина,
52210,
тел./факс: (05652)55307, web: vostokruda.com.ua, e-mail: vostokruda@ukr.net

3.14 Публичное акционерное общество «Марганецкий горно-обогатительный комбинат» <http://mgok.dp.ua/>

История. Образование города и само его название связано с богатейшим месторождением марганцевой руды в этом крае. В 1920 г. марганцевые рудники через Криворожский райруд были подчинены Горному отделу Екатеринославского губсовнархоза. В октябре 1921 г. в Харькове при Украинском Совете Народного Хозяйства было создано управление «Укрруда», а вначале 1921-го в Екатеринославе образовалось Центральное правление Южнорудной промышленности (ЦПЮРП). В состав Криворожского управления «Райруда» входило Никопольское.



Рис. 3.40 Заставка сайта «Марганецкий горно-обогатительный комбинат» <http://mgok.dp.ua/>

Его управляющим был назначен один из старейших штейгеров – Агамалов И.З. Перед ним была поставлена задача в кратчайшие строки восстановить две шахты, задействовать энергосиловое хозяйство и обогатительную фабрику. Уже 10 мая 1921 г. в Нардоме было решено восстановить шахты №№ 14, 16 и мойку Городищенского рудника. Из трех секций обогатительной фабрики подготовить к работе одну. Запустить в работу паротурбинную электростанцию. На Покровском руднике для экспортных нужд приступить к ручной сортировке руды и просить ЦПЮРП выделить часть выручаемых от продажи марганца средств на дополнительную оплату труда горнорабочих, подсобников и штата управления. В 1927 г. Управление Никопольским марганцеворудным районом объединило 4 рудника: им. III Коминтерна – 6 шахт; им. К.Г. Максимова – 7 шахт; на Покровском и Марьевском участках были начаты восстановительные работы. Руды обогащали 2 фабрики. Численность рабочих составляла 6670 человек. 60–70-е гг. XX века запомнились как времена интенсивного усовершенствования технологии добычи и обогащения марганцевой руды, внедрения новой техники, научной организации труда. В 1970 г. в трест «Никопольмарганец» входили:

Грушевское рудоуправление – 7 шахт, Басанский карьер и обогатительная фабрика; рудоуправление имени 40-летия Октября – 2 шахты; Грушевский и Марьевский карьеры; 2 обогатительные фабрики. Эти производственные мощности были позже объединены в Марганецкий горно-обогатительный комбинат.

С началом перестройки Марганецкий ГОК преобразуется в ОАО «Марганецкий горно-обогатительный комбинат». Это единственное в Украине и СНГ предприятие по добыче марганца подземным способом. Месторождение марганцевых руд было открыто в 1883 г., а в 1885 г. на базе месторождения начал добычу руды Покровский рудник. По мере развития рудника и возникновения новых карьеров и шахт сформировался Марганецкий горно-обогатительный комбинат, добыча руды в котором осуществляется подземным и открытым способами в соотношении 80 и 20%, соответственно. Основные производственные мощности по добыче и обогащению марганцевой руды были созданы в 50–60-е гг. прошлого столетия, а максимальные объемы производства достигнуты в 1988 г. – 7,8 млн. т. Марганецкий горно-обогатительный комбинат разрабатывает восточную часть Никопольского месторождения марганцевых руд (Грушевско-Басанский участок).

Сырьевая база. Пласт марганцевой руды залегает горизонтально с небольшим уклоном, не превышающим 5° , на юг и юго-запад. Мощность пласта колеблется в широких пределах: от выклинивания на контурах участка до 4 м в центральной части. Рудный пласт не имеет непрерывного развития по всей площади восточной части бассейна, а представлен в виде обособленных площадей различной величины. Марганцевый пласт повсеместно покрыт толщей осадочных пород, мощность которых достигает 60–110 м в зависимости от рельефа поверхности земли. Непосредственная кровля рудного пласта представлена изумрудно-зелеными глинами мощностью 0–14 м, в некоторых местах мощность их уменьшается до 1–2 м или они полностью отсутствуют и заменяются песками. Выше залегают мелкозернистые пески до 2,5–4 м, черные глины до 18–20 м, пески до 1,5–2,5 м, известняки до 5 м, красно-бурые глины 28–30 м, лессовидные породы и современные аллювиальные отложения 22–34 м. Подстилающие рудный пласт породы представлены тонкозернистыми песками и, в меньшей степени, зеленовато-серыми песчаными глинами. Мощность рудного пласта на большей части площади равна 1,5–2,5 м, на отдельных небольших участках она достигает 4 м. Изменение мощности пласта в пределах шахтных полей неодинаково. Марганцевый пласт представлен песчано-алеврито-глинистой породой с включением рудного вещества. Рудные компоненты в среднем составляют до 50% всего материала, заключенного в пласте.

Марганцеворудные месторождения представлены тремя видами руд: окисной, карбонатной и окисно-карбонатной или смешанной. Окисные руды слагают северную часть рудной залежи и распространяются на юг полосами вдоль ее западной и восточной границ. Окисная руда постепенно переходит в окисно-карбонатную в направлении падения рудного пласта. Карбонатная

марганцевая руда представляет собой рыхлую песчано-глинистую породу зеленовато-серого цвета, вмещающую обломки карбоната марганца. Мощность пласта карбонатной руды составляет 0,7–3,5 м. Содержание марганца в этой руде колеблется в пределах 10–31,5% и в среднем равно 18%. Окисная марганцевая руда по внешнему виду представлена рыхлой породой черного цвета, состоящей из плотных и землистых минеральных образований. Мощность пласта равна 0,7–2,5 м. Содержание марганца в окисной руде изменяется в пределах 17–47% и в среднем составляет 30%. Окисно-карбонатная (смешанная) руда является переходной зоной от окисной к карбонатной и распространена в центральной части месторождения. В верхней части пласта расположена окисно-кусковатая руда, в средней части она сменяется на окисно-карбонатную, а в нижней – на карбонатную. Мощность пласта со смешанной рудой достигает 2,5 м. Запасы ее составляют, примерно, 25% от общих запасов.

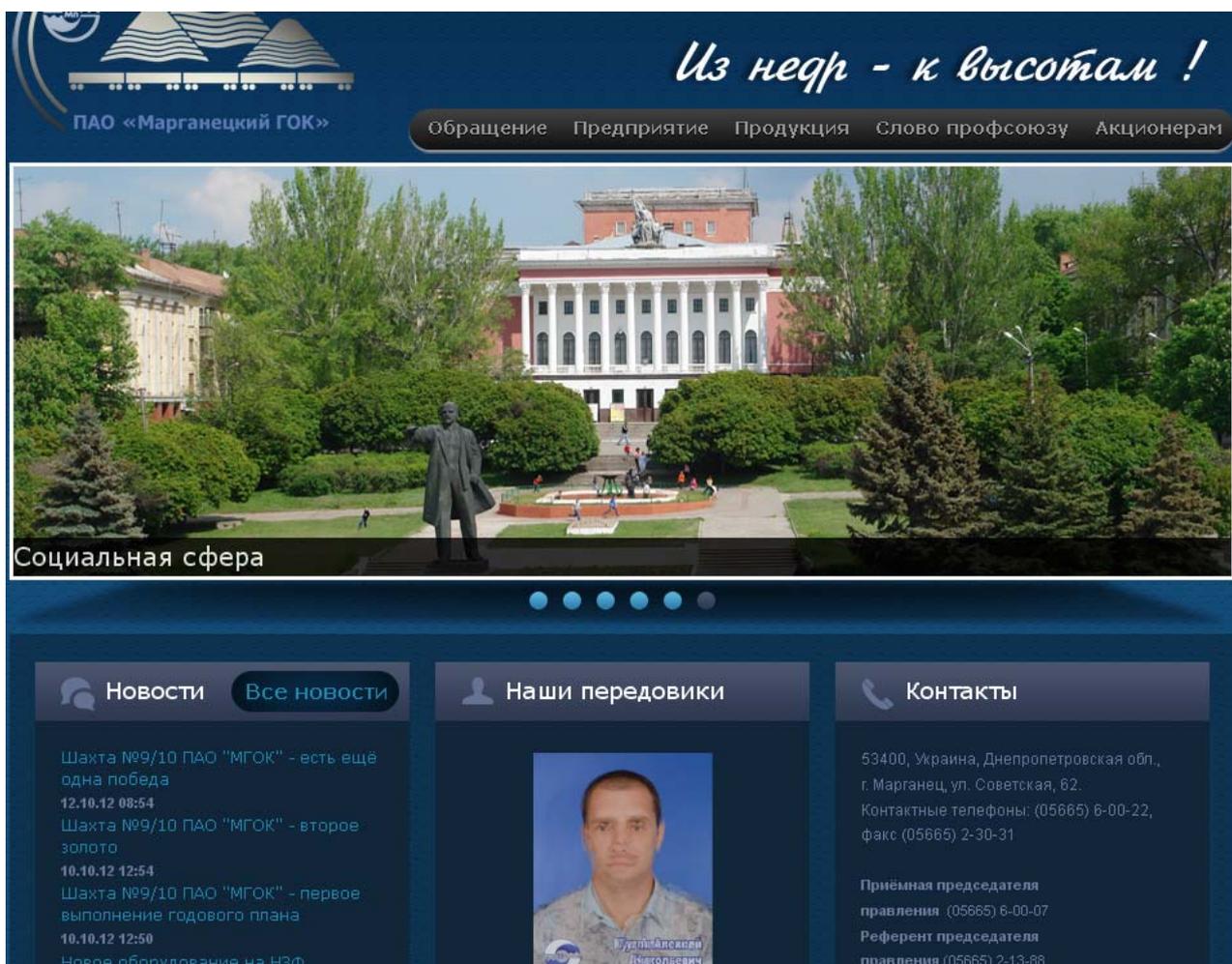


Рис. 3.41 Главная страница сайта «Марганецкий горно-обогатительный комбинат» <http://mgok.dp.ua/>

Структура предприятия. Добыча сырой марганцевой руды ведется четырьмя шахтами: №№ 2, 3/5, 8, 9/10, 14/15 – и двумя карьерами: Грушевским и Басанским. В восточной части марганцевого бассейна выделяется Грушевско-

Басанский участок, на котором расположены шахтные поля реконструированных шахт № 3/5, № 7 и вновь построенной № 9/10. На этом участке месторождение разделяется на три горизонта: нижний (подрудный), средний (рудный) и верхний (надрудный). Нижний горизонт состоит преимущественно из кварцевых песков зеленовато-серого цвета. Средний горизонт сложен окисной, окисно-карбонатной или карбонатной рудами, которые в пределах участка представляют собой непрерывную залежь с отдельными небольшими безрудными полями. Верхний горизонт представлен зеленовато-серыми глинами. Обогащение добытой руды производится на Грушевской обогатительной фабрике. Производственная мощность фабрики по сырой руде 5600 тыс. т, а по производству концентрата – 2430 тыс. т.

Продукция. Качество добываемого полезного ископаемого на шахтах ОАО «МГОК» рассчитывается по утвержденным в комбинате методикам исходя из среднего содержания марганцевой руды в массиве. Минимальная кондиционная мощность рудного пласта – 0,75 м. Минимальное содержание в окисных рудах – 17%, карбонатных – 12%. Бортовое содержание для всех типов руд составляет 10%. Среднее содержание марганца по Грушевско-Бассанскому участку месторождения для окисных руд составляет 27,6%, окисно-карбонатных – 25,5% и окисных 19,4%. Основными видами деятельности комбината является подземная и открытая добыча и обогащение марганцевых руд; добыча бетонитового глинистого сырья для заводов керамзитового гравия и заводов утяжелителей; добыча шламов из техногенных запасов; производство сернокислого марганца в растворе; производство сернокислого марганца кристаллического.

Потребителями марганцевого концентрата являются Никопольский и Запорожский заводы ферросплавов, а также металлургические центры Украины – Днепропетровск, Днепродзержинск, Запорожье, Кривой Рог.

Новости. Марганецкий горно-обогатительный комбинат в январе-августе 2009 г. снизил производство марганцевого концентрата, по предварительным данным, на 75,9% по сравнению с аналогичным периодом 2008 г. – до 152,7 тыс. тонн. МГОК не производил продукцию в январе-марте 2009 года, а в 2008 г. снизил производство марганцевого концентрата на 23,7% по сравнению с предыдущим годом – до 746,3 тыс. тонн.

Шахта № 2

Шахта №2 сдана в эксплуатацию в 1972 г. с проектной мощностью 300 тыс. т руды в год. Глубина залегания марганцеворудного пласта 70–90 м с мощностью 0,9–2,1 м. В кровле пласта залегают зеленые глины мощностью до 14 м. Вскрытие шахтного поля проведено двумя вертикальными стволами. Подготовка шахтного поля производилась откаточными и конвейерными штреками. Отработка отдельных участков осуществляется панельным и беспанельным способами с отработкой руды выемочными столбами. Подготовка столбов осуществляется выемочными штреками. Отработка руды в столбах ведется двухсторонними, поочередно отрабатываемыми заходками, системой сплошной выемки с полным обрушением налегающих пород. Для производства очистной выемки используются комбайны КДР-5, при проходке нарезных

штреков – погрузочные машины ППН-1С и отбойные молотки. В выемочных штреках установлены конвейер КТМ. В шахте имеется узел перегрузки с конвейера в вагонетки. Доставка руды и породы к стволам производится в вагонетках ВГ-1,0 с помощью электровозов 4КР-600. Фактический режим работы вентилятора ВОД-16 характеризуется расходом воздуха в 50 м/с и депрессией в 930 Па, а также углом установки лопаток направляющего аппарата 12°.

За период с 1972 по 2006 гг. в пределах горного отвода шахты № 2 погашено 19,5 млн т запасов марганцевой руды. По состоянию на начало 2007 года балансовые запасы марганцевой руды на шахте составили 1,1 млн т. В том числе: 507 тыс. т в предохранительных целиках промплощадки; 115 тыс. т подлежит списанию; 135 тыс. т эксплуатационные потери; 375 тыс. т подлежит доработке в процессе ликвидации шахты. Для выполнения сроков отработки оставшихся запасов руды проектом предусматривалось со второго полугодия 2007 г. добычу руды вести двумя бригадами с объемом в 150 тыс. т/год и доработать оставшиеся запасы до 2009 г. После доработки оставшихся запасов ликвидируются все горизонтальные выработки и камеры, а также вертикальные стволы. По мере доработки производится демонтаж оборудования, трубопроводов, рельсовых путей, металлоконструкций в погашаемых горных выработках. Горизонтальные выработки и камеры в пределах охранных целиков промплощадки не погашаются, крепь не извлекается, а после возведения железобетонных перемычек на сопряжениях вертикальных стволов с околоствольными дворами – затапливаются. Затем производится полная ликвидация всех объектов, расположенных в пределах горных выработок и на промплощадке шахты. Далее производится ликвидация вертикальных стволов путем засыпки их пустыми породами. Затем ликвидации подлежат объекты коммунального хозяйства. Это электроустановки, электрооборудование и сети; сантехническое оборудование и сети; водоснабжение и канализация; здания и сооружения поверхностного комплекса и его транспортные коммуникации.

Шахта № 3/5

Шахта № 3/5 расположена в Днепропетровской области, восточнее города Марганец. Шахтное поле находится в центральной части Грушевско-Басанского участка Никопольского месторождения марганцевых руд. Год ввода шахты в эксплуатацию 1979. Пласт марганцевой руды залегает горизонтально на глубине 96 м. Средняя мощность пласта составляет 1,4 м. Среднее содержание марганца в руде составляет 27,3% с коэффициентом крепости руды 2. Шахтное поле вскрыто с помощью трех столов: двух вертикальных – главного и вспомогательного и наклонного – конвейерного. Способ подготовки запасов – панельный. Способ проходки подготовительных выработок узкими забоями с отдельной выемкой руды и породы при помощи отбойных молотков МО-8. Доставка горной массы производится с помощью комплекса механизмов: погрузочной машины ППН-1С, вагонеток ВГ-1 и контактного электровоза 4КР-600. Запасы шахтного поля отрабатываются с помощью столбовой системы разработки с отработкой столба двухсторонними

заходками. Отбойка горной массы производится комбайнами КДР-5 с погрузкой на забойный конвейер КЛЗС. Система полной конвейеризации от очистного забоя до поверхности обеспечивает основной грузопоток шахты. Наклонный ствол осуществляет доставку руды на земную поверхность.

На шахте применяется всасывающий способ проветривания с центрально-отнесенной схемой расположения стволов. Свежий воздух поступает по вертикальным стволам шахт № 3 и 5 и наклонному стволу. Далее движется по главным откаточным штрекам и оmyвает места ведения горных работ. Отработанный воздух собирается на главных конвейерных штреках и по вентиляционному шурфу выдается на поверхность. Работа вентилятора ВЦ-31,5 производится с фактическими расходом воздуха 112 м³/с. и депрессией 2233 Па. Угол наклона лопаток направляющего аппарата 300 при КПД 0,75. Существующая на шахте технология ведения горных выработок, характеризуется низкими темпами проходка, высокой трудоемкостью работ, низкой степенью механизации забоев. В настоящее время на шахте функционирует 5 очистных забоев, которые обеспечивают добычу 450 тыс. т/г.

Новости. Запланирована прирезка целиковой зоны шахтного поля шахты № 2. Производится перенесение горных работ на ранее отрабатываемое южное крыло шахтного поля. Осуществляется работы по извлечению и последующей эксплуатации ранее оставленного в забоях добычного оборудования.

Шахта № 8

Границами поля шахты № 8 являются: на западе – Басанский карьер, на юге – отработанное шахтное поле шахты № 4/7, с севера и востока – выклинивание рудного пласта. Общая площадь горного отвода 1012 га, в том числе промплощадка 3 га. Шахта № 8 построена по проекту института «Южгипроруда» проектной мощностью 300 тыс. т сырой руды в год и сдана в эксплуатацию в 1972 г. Максимальная глубина ведения подготовительных и очистных составляет 96 м. В соответствии с проектными решениями шахтное поле вскрыто двумя вертикальными, главным подъемным и вспомогательным вентиляционными стволами. Главный подъемный ствол глубиной 96 м и диаметром 4,0 м оборудован лестничным отделением, предназначается для выдачи из шахты руды в вагонетках типа ВГ-1 емкостью 1 м³ и подачи в шахту свежего воздуха. Вспомогательный вентиляционный ствол глубиной 94 м и диаметром 4,0 м служит для выдачи породы с отгрузкой в отвал; выдачи исходящей струи; спуска материалов и оборудования, спуска и подъема людей. Все стволы закреплены монолитной железобетонной крепью. Основная часть капитальных околоствольных выработок также закреплена железобетоном. Остальные выработки закреплены металлической кольцевой крепью из спецпрофиля СВП-27.

Транспортировка полезного ископаемого из очистных заходок и нарезных выработок до перегрузочных узлов осуществляется конвейерным транспортом, от перегрузочных узлов до околоствольного двора по откаточным штрекам предусматривается электровозная откатка. На действующих участках добычи руды в выемочных штреках установлены конвейеры КШЛТ, КЛЗС, КТМ, в конвейерных штреках – конвейеры 1Л-80. В шахте имеется узел перегрузки с

конвейера в вагонетки ВГ-1,0. Доставка руды и породы к стволам осуществляется в вагонетках ВГ-1 электровозами 4КР. Подготовка участков шахтного поля предусматривалась откаточными и конвейерными штреками. Отработка отдельных рудных участков производилась панельным и беспанельным способами с выемкой руды выемочными столбами. Подготовка столбов к очистной выемке осуществлялась выемочными штреками. Отработка марганцевой руды в выемочных столбах велась двухсторонними, поочередно отрабатываемыми заходками, системой сплошной выемки с полным обрушением налегающих пород. После сдачи в эксплуатацию наклонного ствола часть запасов была отработана по поточной технологии с конвейерной доставкой руды из забоя на поверхность. Для производства очистной выемки в настоящее время используются комбайны КДР, при проходке нарезных штреков – отбойные молотки МО-5, погрузочные машины ППН-1С.

Шахта № 9/10

Шахта № 9/10 расположена в Днепропетровской области, восточнее города Марганец. Шахтное поле находится в центральной части Грушевско-Басанского участка Никопольского месторождения марганцевых руд. Год ввода шахты в эксплуатацию 1976. Пласт марганцевой руды залегает горизонтально на глубине 96 м. Средняя мощность пласта составляет 1,5–2,4 м. Содержание марганца в руде составляет 10–32% с коэффициентом крепости руды 2,1. Шахтное поле вскрыто с помощью трех столов: двух вертикальных – вспомогательного и наклонного – конвейерного. Способ подготовки запасов – панельный и погоризонтный. Способ проходки подготовительных выработок узкими забоями с отдельной выемкой руды и породы при помощи отбойных молотков МО-8. Доставка горной массы производится с помощью комплекса механизмов: погрузочной машины ППН-1С, вагонеток ВГ-1 и контактного электровоза 4КР-600. Запасы шахтного поля обрабатываются с помощью столбовой системы разработки с отработкой столба двухсторонними заходками. Отбойка горной массы производится комбайнами КДР-5 с погрузкой на забойный конвейер КЛЗС. Система полной конвейеризации от очистного забоя до поверхности обеспечивает основной грузопоток шахты. Наклонный ствол осуществляет доставку руды на земную поверхность.

На шахте применяется всасывающий способ проветривания с центральной схемой расположения стволов. Свежий воздух поступает по вспомогательному и наклонному стволам, далее движется по главным откаточным штрекам и омывает места ведения горных работ. Отработанный воздух собирается на главных конвейерных штреках и по вентиляционному стволу выдается на поверхность. Аэродинамическая характеристика шахтной сети строится по результатам расчёта необходимого объёма воздуха и депрессии трудно-проветриваемого направления. Работа вентилятора ВЦ-31,5 производится с фактическим расходом воздуха $175 \text{ м}^3/\text{с}$ и депрессией 2880 Па. Угол наклона лопаток направляющего аппарата 0° при КПД 0,73. Шахта № 9/10 была запроектирована с производственной мощностью 2,2 млн. т в год при одновременной работе 12 очистных забоев. В настоящее время в работе находятся 6 очистных забоев, которые обеспечивают добычу 650 тыс. т/г.

Новости. С сентября 2008 г. горные работы переносятся от границ шахтного поля к центру. Отработаны штреки № 24 и 25 юго-западные и 13 юго-восточный. В середине октября произведена разконсервация 7 юго-западного штрека бригадой с 24 штрека. С 2009 года будет запущен в действие 6 юго-западный штрек бригадой с 13 юго-восточного штрека. По приказу МГОКа работники шахты с 01.11.2008 г. выходят в частично-оплачиваемый отпуск с окладом 2/3 тарифных разрядов. Для поддержания шахты остается 53 человека, которым производится оплата в пределах тарифных разрядов. В их число входят слесаря, дежурные подъема, промышленной площадки, табельщицы и начальники участков, работающие посменно. Конечный срок частично-оплачиваемых отпусков не установлен.

Шахта № 14/15

Информация в стадии подготовки.

Реквизиты:

ПАО «Марганецкий горно-обогатительный комбинат»,
ул. Советская, 62, г. Марганец, Днепропетровская область, Украина,
тел.: (05665)22202 , (05665)322970, факс: (05665)23031,
телетайп: (05665)349818 «КЛЕН», E-mail: postmaster@mgok.dp.ua
<http://mgok.dp.ua/>

3.15 Частное акционерное общество «Крымский титан»

<http://titan.crimea.ua/>

Частное акционерное общество "Крымский ТИТАН" – ведущий производитель диоксида титана в странах Восточной Европы. Кроме того, предприятие выпускает красный железистоокисный пигмент, минеральные удобрения (аммофос), серную кислоту, алюминия сульфат, железный купорос. Географически «Крымский ТИТАН» расположен в северной части полуострова Крым недалеко от его границы с Херсонской областью, в самом узком месте Крымского перешейка, на побережье Сивашских озер и занимает площадь 4 785 га.

Около 80% произведенной продукции завода поставляется на внешние рынки. Стабильное качество, привлекательные цены в сочетании с гибкой маркетинговой политикой завоевали признание ведущих мировых потребителей диоксида титана. Нашими постоянными клиентами являются ведущие мировые производители лакокрасочной, резинотехнической и целлюлозно-бумажной продукции. Мы осуществляем поставки в более чем 60 стран мира, среди которых лидируют Россия, Китай, Южная Корея, Тайвань, Сингапур, Турция, Италия, Германия, Иран, Бразилия, Канада и Мексика.

Диоксид титана (химическая формула – TiO_2) – синтетический неорганический пигмент белого цвета, получаемый гидролизом растворов сернокислого титана с последующим прокаливанием гидратированной двуокиси титана. Главные достоинства – нетоксичность и безвредность. Диоксид титана – порошок идеально белого цвета, поэтому используется в качестве пигмента.

Благодаря уникальным свойствам, диоксид титана востребован для производства широкого круга разнообразных товаров. В частности, из-за отличных красящих свойств широко используется в лакокрасочной отрасли (при производстве титановых белил). А это разнообразные краски, лаки и эмали, смеси и растворы для грунтования, шпаклевки, штукатурки, цементирования, а также полиуретановые и эпоксидные покрытия, в том числе и для древесины. Кроме того, диоксид титана применяется при изготовлении пластмасс (оконный пластик, мебель, предметы быта, детали автомобилей, машин и техники), а также каучука, линолеума и резины.

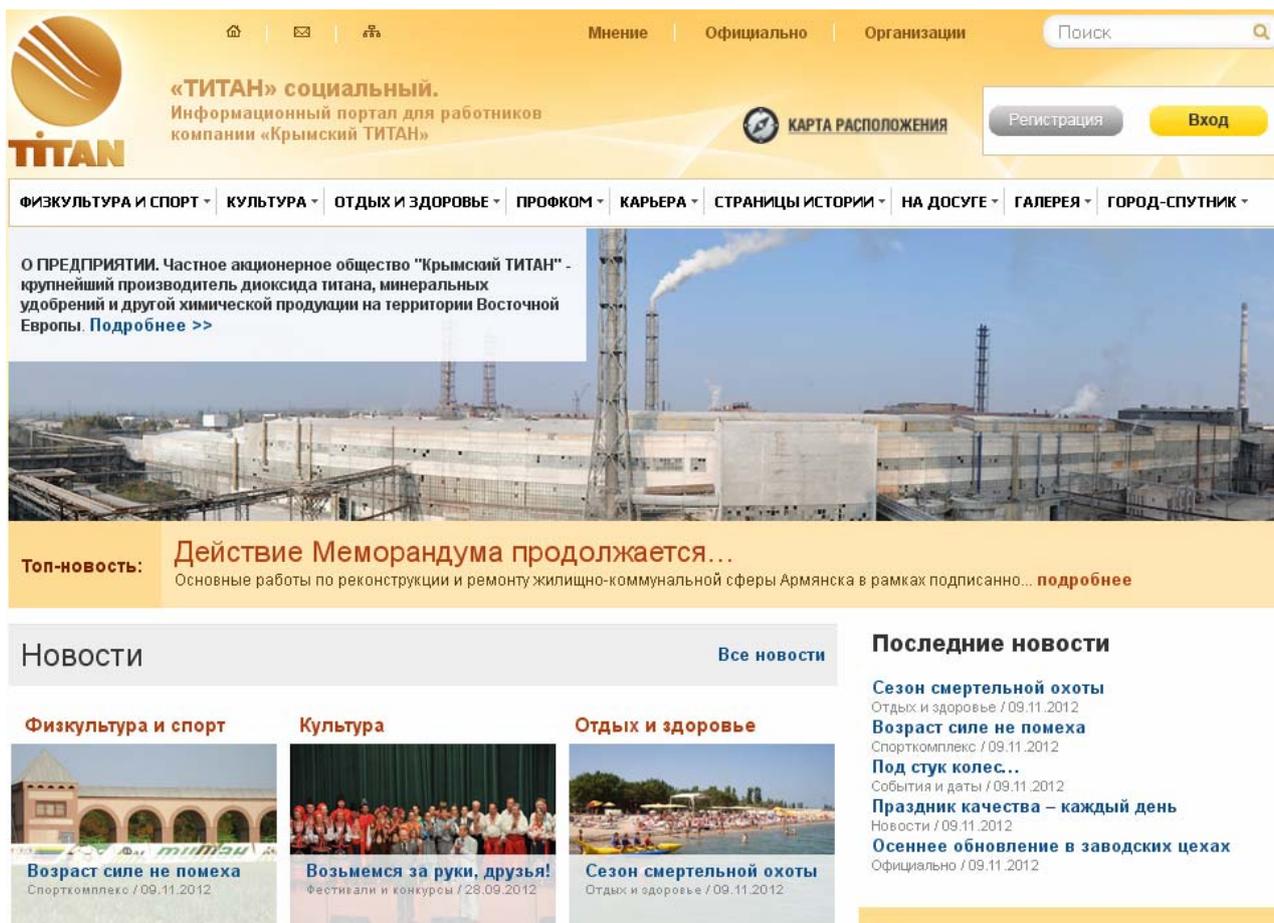


Рис. 3.42 Главная страница сайта ЧАО Крымский титан <http://titan.crimea.ua/>

Использование диоксида титана обеспечивает стойкость изделий и поверхностей к изменениям внешних факторов, сопротивление при смене среды, кроме того, покрытия приобретают высокую стойкость к воздействиям ультрафиолета, не желтеют и практически не стареют. При изготовлении бумаги, картона, обоев на их поверхность наносят TiO_2 или его смеси с другими пигментами для придания продукту гладкости, белизны и высоких печатных свойств. Самый химически чистый диоксид титана применяется при производстве оптоволоконных изделий, керамики, медицинского оборудования, в радиоэлектронной промышленности. Известно применение оксида титана в косметической отрасли, в частности для усиления свойств солнцезащитных средств, отбеливающих возможностей различных кремов и пр.

Упаковочные материалы с использованием диоксида титана играют важную роль при транспортировке и хранении нестойких к солнечному свету продуктов. В пищевой промышленности диоксид используют для отбеливания таких продуктов, как рыбные фарши и полуфабрикаты, белое мясо (кальмар, курица), сахар-рафинад, жевательные резинки, драже и т. д.

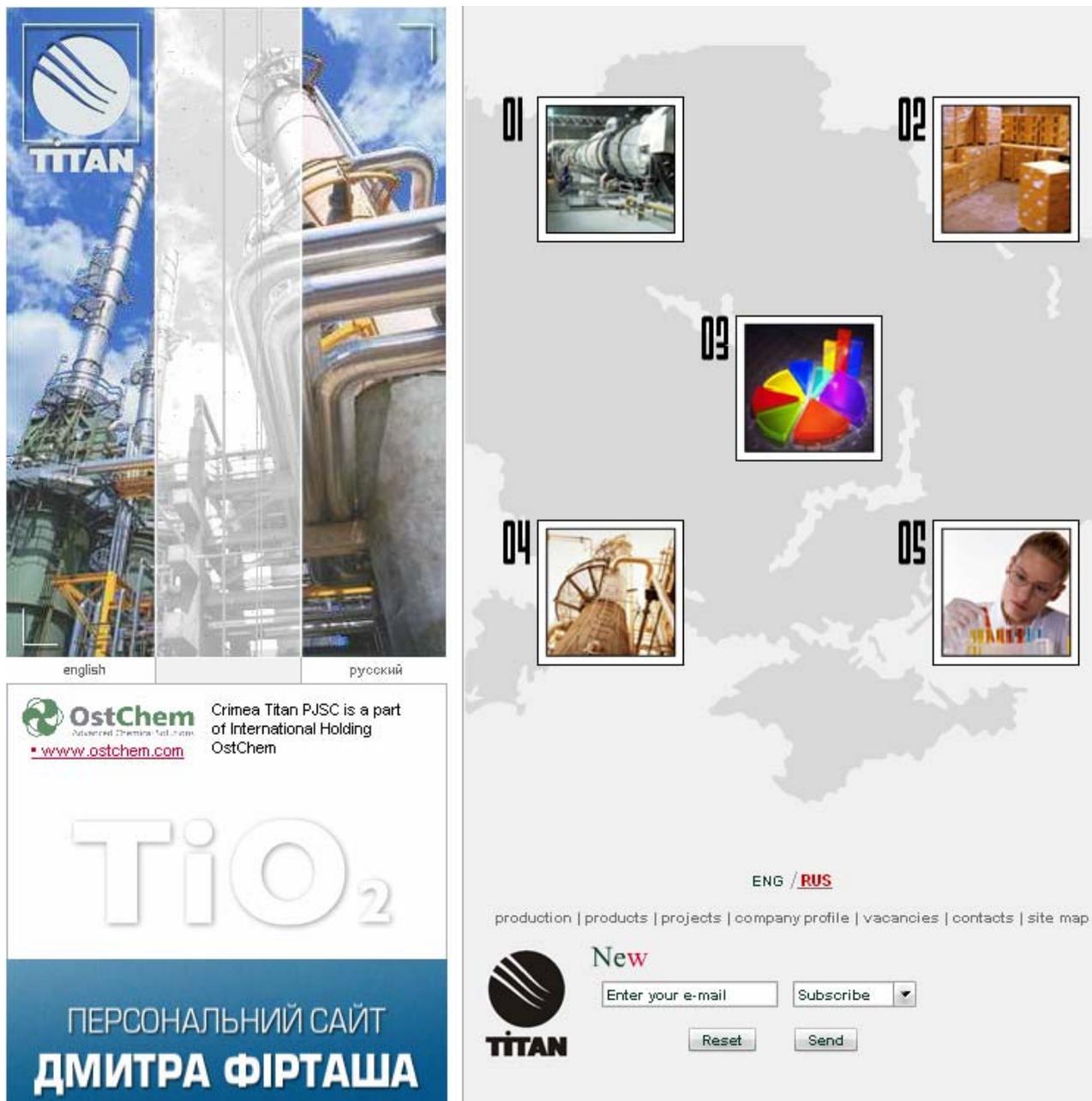


Рис. 3.43 Персональный сайт Дмитрия Фирташа <http://www.titanexport.com/>

Удовлетворяя требованиям рынка, "Крымский ТИТАН" выпускает разнообразные марки диоксида титана, обладающие различными свойствами:

- Crimea TiO_x-220, Crimea TiO_x-230. Широко используются в лакокрасочной, резинотехнической промышленности, при производстве пластмасс;

- Crimea TiOx-270. Применяется в производстве лакокрасочных материалов для покрытий высокой атмосферостойкости и с хорошими декоративными свойствами, производстве полиграфических красок;
- Crimea TiOx-271. Применяется в производстве лаков и красок на основе органических растворителей и воды, порошковых красок и пластмасс;
- Crimea TiOx-280. Обладает улучшенными качественными характеристиками по светостойкости и атмосферостойкости, используется как универсальный пигмент при производстве промышленных покрытий и красок.

Адрес: Северная промзона, Армянск, АР Крым, Украина, 96012

тел.: (+38-06567) 3-72-27

e-mail: info@titanexport.com site: www.titanexport.com

3.16 Вольногорский горно-металлургический комбинат **<http://www.zircon.net.ua/index.php>**

Горнообогатительное производство. С 1956 года ДП Вольногорский государственный горно-металлургический комбинат (ВГГМК) разрабатывает Малышевское месторождение тяжелых минералов, расположенное на расстоянии около 80 километров от г. Днепропетровска в центральной Украине.

Титано-циркониевые пески Малышевского месторождения представлены сложным минеральным комплексом, в состав которого входят: циркон, рутил, ильменит, лейкоксен, дистен, силлиманит, ставролит, турмалин, кварц, имеющие высокое промышленное значение. В незначительных количествах присутствуют: анатаз, брукит, бадделеит, корунд, монацит, шпинель и др. минералы.

Комбинат включает в себя два основных производства: горнообогатительное и металлургическое.

Благоприятные горнотехнические и гидрогеологические условия залегания рудоносных титано-циркониевых и алюмо- силикатных песков, позволяют отрабатывать месторождения открытым способом с применением высокопроизводительной техники. Добыча рудных песков производится с помощью роторных и ковшовых экскаваторов совместно с автотранспортом. Вскрышные породы складываются в выработанное пространство. Добытые пески укладывают на площадку в виде конуса, после чего размываются гидромонитором и транспортируются по системе магистральных трубопроводов на обогатительное производство в виде пульпы.

Обогатительная фабрика включает в себя участок рудоподготовки, участок получения коллективного концентрата, участок доводки совместно с участком обезвоживания и сушки, участок получения формовочных песков. Непосредственная подготовка руды к обогащению производится на участке обесшламливания обогатительного производства с помощью грохотов, гидроциклонов и в струйных зумпфах.

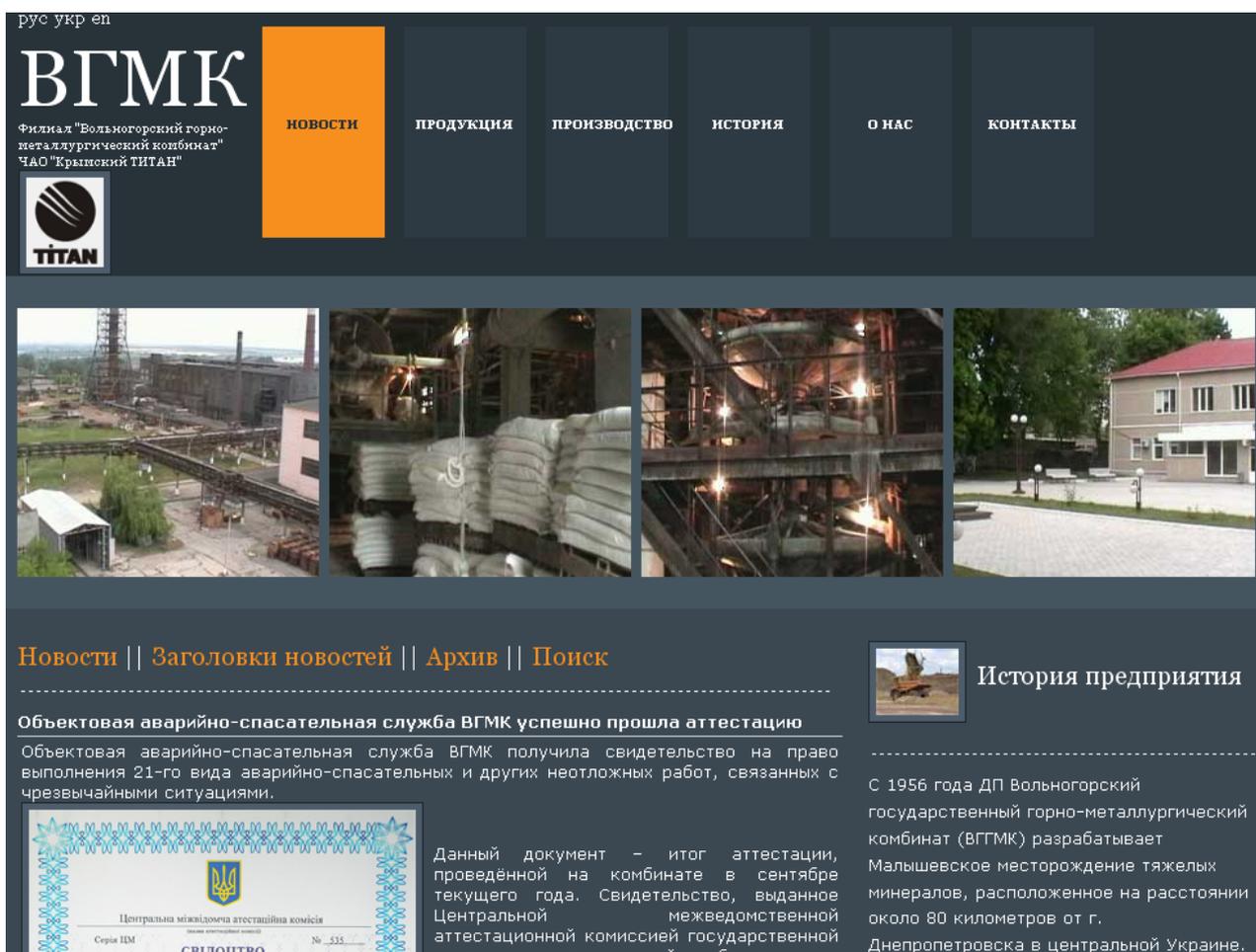


Рис. 3.44 Сайт Вольногорского горно-металлургического комбината
<http://www.zircon.net.ua/index.php>

На обогатительном производстве осуществляется подготовка песков к обогащению (грохочение, промывка, удаление глины), гравитационное обогащение и получение коллективного концентрата. Последний подвергается обезвоживанию и сушке. Коллективный концентрат представляет сумму всех тяжелых минералов, имеющих в рудных песках. Для селективного выделения из него ценных минералов и доводки моноконцентратов применяют специальные методы обогащения - электрическая и электромагнитная сепарация. Готовыми продуктами отделения доводки обогатительного производства являются концентраты: цирконовый, ильменитовый, рутиловый, дистен-силлиманитовый, ставролитовый и кварцевый песок.

Металлургическое производство. Metallurgical processing is oriented towards the reprocessing of zirconium concentrate. The mineral zircon $ZrSiO_4$, consisting of ZrO_2 (76,1 %) and SiO_2 (32,9 %), and contains in its composition oxide of hafnia, iron, calcium, aluminum, rare earth elements, predominantly of the yttrium subgroup (scandium, yttrium), thorium, uranium.

Zirconium concentrate, entering metallurgical production, is subjected to grinding and desulfurization in steam roller mills.

Измельченный цирконовый концентрат используется для получения оксида циркония. Концентрат в смеси с углеродом вскрывают газообразным хлором в шахтных печах непрерывного действия с получением тетрахлоридов циркония и кремния с последующим получением таких продуктов как: двуокиси циркония, хлорокиси циркония, карбоната циркония, сульфата циркония, двуокиси циркония стабилизированной иттрием (УД 2% - 20%), тетрахлорида кремния.

Минералы циркония всегда содержат гафний (до - 2,0%) Экстракционная технология разделения циркония и гафния позволяет получать двуокиси гафния и порошок гафния электролитический.

По заказу потребителей комбинат оказывает услуги по переработке отработанных катализаторов, шламов, техногенных источников сырья содержащих драгоценные металлы (палладий, платину, серебро) с последующим получением концентратов, платинохлористо-водородной кислоты, солей драгоценных металлов, палладиевой черни.

Вольногорский ГГМК ежегодно производит до 200000 тонн ильменита (TiO_2 , min 64%), 65000 тонн рутила (TiO_2 , min 95%), 35000 тонн циркона (ZrO_2+HfO_2 , min 65%), 25000 тонн кианита-силлиманита (А1Д min 57%), 25000 тонн ставролита (А1Д min 45%), и 300000 тонн кварцевого песка (SiO_2 , min 97%).

Традиционными потребителями данной продукции являются предприятия огнеупорной, литейной, керамической, пигментной, металлургической, стекольной промышленности во всем мире.

Экология.

Работа комбината, несмотря на добычу открытым способом, имеет минимальное влияние на окружающую среду. Перед началом горных работ плодородный поверхностный слой почвы снимается и складывается. После извлечения основной рудоносной массы, проводится рекультивация карьера с восстановлением плодородного слоя почвы, что позволяет использовать восстановленные земли для аграрного производства. Отвалы хвостов используются для заполнения естественных оврагов и балок с последующим их укреплением лесокустарниками для предотвращения эрозии. Комбинатом используется полностью замкнутый цикл водооборота, что исключает загрязнение природных водоёмов.

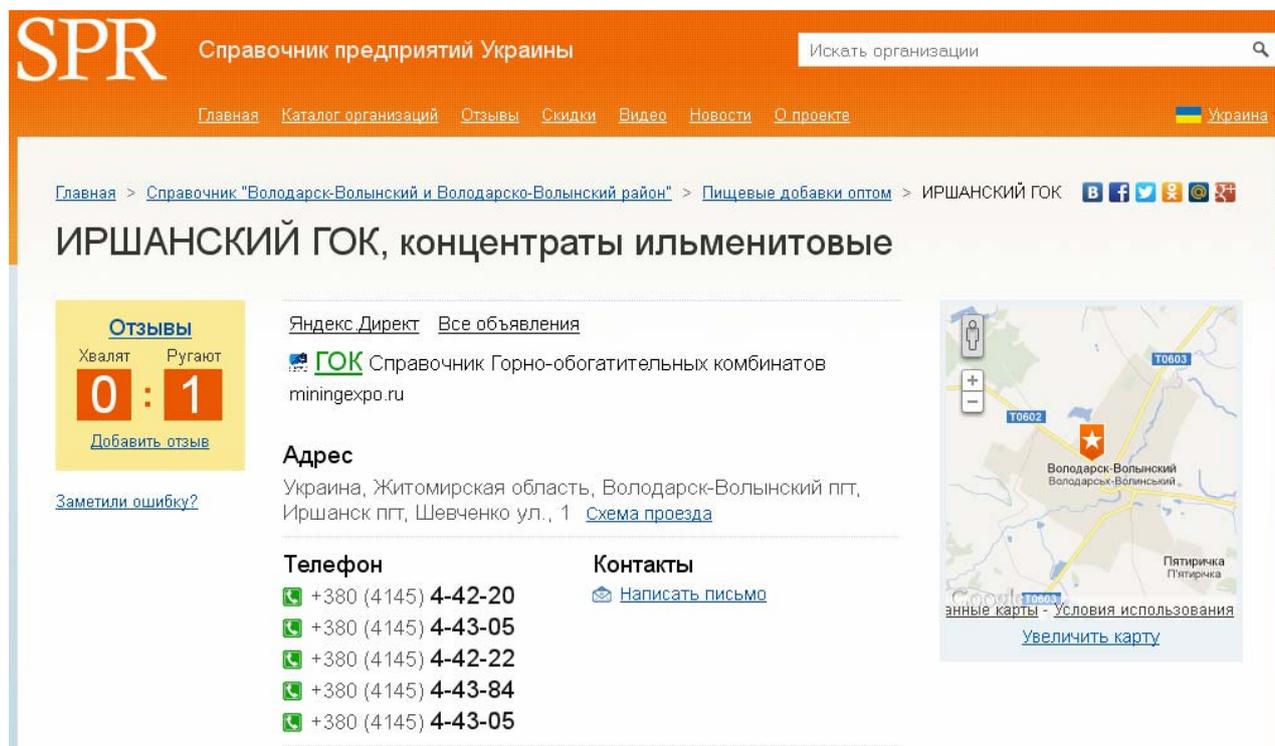
3.17 Иршанский горно-обогатительный комбинат

<http://www.spr.ua/volodarsk-volinskiy-i-volodarsko-volinskiy-rayon/irshanskiy-gok.html>

Общая информация о компании. Производство: концентраты ильменитовые, технический кислород, винтовые сепараторы, кварцевый крупнозернистый песчаник.

Страна: Украина, Город: Володарск-Волынский. Адрес организации: ул.Шевченко 1, пгт Иршанск, Володарск-Волынский р-н, Житомирская обл., 12110, Украина

Контактные телефоны: Телефоны tel.: +380 (4145) 4-42-20, +380 (4145) 4-43-05, +380 (4145) 4-42-22, +380 (4145) 4-4
Электронная почта: igok@treelis.zt.ukrtel.net



The screenshot shows a web page for "Иршанский ГОК, концентраты ильменитовые" on the SPR website. The page includes a search bar, navigation menu, and a main content area with the following details:

- Отзывы:** 0 хвалят, 1 ругают. Button: "Добавить отзыв".
- Яндекс Директ:** Все объявления.
- ГОК:** Справочник Горно-обогатительных комбинатов, miningexpo.ru.
- Адрес:** Украина, Житомирская область, Володарск-Волынский пгт, Иршанск пгт, Шевченко ул., 1. Includes a "Схема проезда" link.
- Телефон:** +380 (4145) 4-42-20, +380 (4145) 4-43-05, +380 (4145) 4-42-22, +380 (4145) 4-43-84, +380 (4145) 4-43-05.
- Контакты:** "Написать письмо" button.
- Map:** Map of the location in Volodarsk-Volynskiy pgt, with "Увеличить карту" link.

Рис. 3.45 Страница Иршанского ГОКа на сайте <http://www.spr.ua/volodarsk-volinskiy-i-volodarsko-volinskiy-rayon/irshanskiy-gok.html>

Расширенное описание: Газы сжатые и сжиженные. Глины и глинозем. Гравий, песок, грунты, природные пигменты. Каолин. Кислород. Компоненты и принадлежности для насосов, детали корпуса для насосов. Машины просеивающие, перемешивающие, смешивающие, грануляторы, центрифуги. Песок и гравий из карьеров, облицовочный. Песчаник и кварцит, крупнозернистый. Руды железные, легирующих элементов. Сепараторы воздушные. Сидерит, железный шпат. Титановые руды и минералы (ильменит, рутил, анатаз и другие). Химические вещества для охлаждения (хладагенты).

Среди горнорудных предприятий цветной металлургии наибольшую ценность для страны представляют Вольногорский горно-металлургический комбинат (ВГМК) в Днепропетровской обл. и Иршанский ГОК (ИГОК) в Житомирской. Первый базируется на крупнейшем в Европе месторождении титано-циркониевых руд, где разведанных запасов сырья при достигнутых объемах добычи хватит еще на 60 лет. Второй разрабатывает Междуреченское месторождение титановых руд. Используя продукцию этих предприятий стратегического значения, наше государство имеет уникальную возможность реализовать замкнутый промышленный цикл производства титана, циркония,

гафния, применяемых в высокотехнологическом машиностроении, ядерной энергетике, авиастроении, космической промышленности и др.

Сегодня ВГМК и ИГОК выступают как монополисты, обеспечивая сырьем металлургическую, титановую, электродную, огнеупорную, керамическую, химическую, лакокрасочную промышленность России и других стран СНГ. Более 60% продукции комбината экспортируют в дальнее зарубежье.

3.18 Полтавский горно-обогатительный комбинат

<http://pgok.poltava.ua/>,

<http://www.ukrrudprom.ua/reference/factory/pgok.html>

ПАО “Полтавский горно-обогатительный комбинат” — один из крупнейших производителей железорудного сырья. По производству железорудного концентрата предприятие занимает третье место в Украине, по производству железорудных окатышей — второе. Доля объема производимых окатышей на украинском рынке составляет 46,5%. Комбинат является основным экспортером железорудного сырья в Украине (85%). ПГОК основан в 1970 году. В 1994 году предприятие преобразовано в ОАО “Полтавский ГОК”, а в 1995—2001 годах — полностью приватизировано.

Ferrexpo plc владеет 100% акций Ferrexpo AG, которой, в свою очередь, принадлежит 97,31% акций Полтавского ГОКа.

Проектные мощности предприятия

- Добыча сырой руды — 24 000 тыс. тонн
- Производство концентрата — 7 750 тыс. тонн
- Производство окатышей — 7 500 тыс. тонн
- Вскрыша — 26 000 тыс. м куб.
- Производство щебня — 2 000 тыс. м куб.

Структура предприятия и сырьевая база. Комбинат имеет перерабатывающий комплекс, состоящий из дробильной, обогатительной фабрик и цеха по производству окатышей.



Полтавский ГОК привлек у REFCO кредит на \$29,9 млн для приобретения грузовиков Caterpillar

Posted on August 20, 2012 by admin



ОАО «Полтавский горно-обогатительный комбинат» (ПГОК, Комсомольск Полтавской обл.), являющееся основным активом горнорудной компании Ferrexpo plc

Ferrexpo Plc (Public,
LON:FXPO)



На сайте

- Полтавский горно-обогатительный комбинат
- Про сайт
- Продукция
 - Окатыши
 - Производство окатышей
 - Щебень
- Статьи
 - Становление и развитие Полтавского горно-

Рис 3.46. Сайт Полтавского Гока <http://pgok.poltava.ua/>

Сырьевая база — три месторождения Кременчугской магнитной аномалии — Горишне-Плавнинское, Лавриковское, Еристовское. Общие запасы железной руды этих месторождений составляют 2,43 млрд. тонн. В настоящее время ведется разработка одним карьером двух месторождений, а на третьем — Еристовском — выполняются подготовительные работы для дальнейшего строительства карьера. В геологическом отношении месторождения приурочены к докембрийским метаморфическим породам криворожской и верховцевской серии, образующих полосу почти меридианного простирания.

Продукция: железорудные окатыши, концентрат, силикатный кирпич и дорожно-строительный щебень.

3.19 Евраз – Днепропетровский металлургический завод им. Петровского

«Евраз Груп С.А.» является одной из крупнейших в мире вертикально-интегрированных металлургических и горнодобывающих компаний с активами в России, на Украине, в Европе, США, Канаде и Южной Африке. По

результатам 2009 года Компания заняла 14-е место в мире (15,3 млн тонн) по объемам производства стали. Собственная база железной руды и коксующегося угля практически полностью обеспечивает внутренние потребности компании. Консолидированная выручка «Евраз Груп» на 31 декабря 2009 г. составила 9 772 млн долл. США, консолидированная EBITDA составила 1 237 млн долл. США.

В состав «Евраз» входят три крупных российских сталеплавильных предприятия: Нижнетагильский металлургический комбинат («НТМК») на Урале, Западно-Сибирский металлургический комбинат («ЗСМК») в Западной Сибири и Новокузнецкий металлургический комбинат («НКМК») в Сибири. Подразделение Компании Evraz Inc. NA объединяет металлургические активы «Евраз» в Северной Америке: «Евраз Орегон Стил Милз», «Евраз Клеймонт Стил» и «Евраз Роки Маунтин Стил», а также в Канаде: «Евраз Ред Дир Уоркс», «Евраз Калгари Уоркс», «Евраз Кэмроуз Уоркс» и «Евраз Регина Стил». Также «Евразу» принадлежит Днепропетровский металлургический завод им. Петровского («ДМЗ») на Украине, «Евраз Палини и Бертоли» в Италии, «Евраз Витковице Стил» («Евраз Витковице») в Республике Чехия и «Евраз Хайвелд Стил энд Ванadium Корпорейшн» («Евраз Хайвелд») в Южной Африке.

В состав «Евраз» входят три украинских коксохимических предприятия – коксохимический завод «Баглейкокс» («Баглейкокс»), Днепропетровский коксохимический завод («Днепрококс») и Днепродзержинский коксохимический завод («ДКХЗ»).

Горнодобывающее подразделение «Евраз Груп» объединяет горнорудные предприятия ОАО «Евразруда», Качканарский горно-обогатительный комбинат («КГОК») и Высокогорский горно-обогатительный комбинат («ВГОК») в России, горно-обогатительный комбинат «Суша Балка» на Украине, а также угольную компанию «Южкzubассуголь» в Западной Сибири. «Евраз» также участвует в акционерном капитале (эффективный процент владения 40%) ведущего производителя коксующегося угля в России ОАО «Распадская».

Наличие собственной базы железной руды и угля позволяет «Евразу» выступать в качестве интегрированного производителя стали: в 2009 г. горнорудное производство обеспечило потребности Компании в железной руде на 96% и в коксующемся угле на 74%. В 2009 г. «Евраз» произвел порядка 17,4 млн. тонн железорудной продукции, а также добыл 10,3 млн тонн коксующегося угля. В 2009 г. Компания занимала большие доли на российском рынке балок, швеллеров и арматуры. Компания является единственным в России производителем рельс и вторым по объемам производителем железнодорожных колес.

В 1940 году в доменном цехе ДМЗ им. Петровского впервые в мировой практике начались работы по повышению давления газа в рабочем пространстве печей

На ДМЗ им. Петровского впервые среди металлургических предприятий Советского Союза был введен в эксплуатацию кислородно-конвертерный цех

В 1957 году доменные печи завода Петровского впервые начали работать по технологии с применением природного газа

О ПРЕДПРИЯТИИ НЕПРОФИЛЬНЫЕ АКТИВЫ КОНКУРЕНТНЫЕ ПРОЦЕДУРЫ КОРПОРАТИВНЫЕ ДОКУМЕНТЫ ЕВРАЗ СМИ



Последние обновления

- ▶ 07.10.2013 | Конкурентные процедуры ПАО «Евраз - ДМЗ им. Петровского» проводит открытый конкурентный отбор на право проведения работ по вывозу твёрдых бытовых отходов на территории предприятия на территории предприятия.
- ▶ 19.09.2013 | Файл **Непрофильные активы ПАО «ЕВРАЗ - ДМЗ им. Петровского»** [Загрузить](#) (XLS | 1.19M6)
- ▶ 12.07.2012 | Новости
В пятницу 13 июля в днепропетровском парке им. Т. Шевченко ЕВРАЗ проведет праздничное мероприятие, посвященное Дню металлурга и двадцатилетию компании

продукция

руководство

сертификаты

история

3 686
210
1

Рис. 3. 47 Главная страница Евраз <http://www.dmz-petrovka.dp.ua>

На мировом рынке «Евраз Групп» - один из крупнейших поставщиков полуфабрикатов – слябов и заготовок.

В Европе Компания имеет сильные позиции на рынке стального листа. «Евраз Групп» - крупнейший производитель железнодорожных рельс на рынке США. Компания также занимает второе место на североамериканском

* лидером на рынках строительного и транспортного проката в России и СНГ

* одним из ведущих игроков на рынках плоского проката Европы и США

* наиболее низкокзатратным производителем стали в России и СНГ благодаря

высокой эффективности и вертикальной интеграции. <http://www.dmz-petrovka.dp.ua>.

Основные акционеры — Lanebrook Ltd (72,39 %), BNY (Nominees) Limited (27,61 %). GDR компании (1 акция = 3 GDR) торгуются на Лондонской фондовой бирже. Бенефициарами Lanebrook являются председатель совета директоров компании Александр Абрамов и её генеральный директор Александр Фролов (вместе — 50 %) и Millhouse (50 %, компания принадлежит Роману Абрамовичу).

Сайт компании Евраз выполнен в виде расширенной визитки и имеет посещаемость около 200 чел/день, что для такого крупного предприятия – мало.

3.20 ДМК им Дзержинского <http://www.dmkd.dp.ua>

ПАО «Днепрóвский металлургический комбинáт им. Ф. Э. Дзержинского» — одно из крупнейших предприятий промышленного комплекса Украины с полным металлургическим циклом по выпуску 5600 тыс. тонн агломерата, 4350 тыс. тонн чугуна, 3850 тыс. тонн стали, 3829 тыс. тонн готового проката. Построен в 1887—1889 годах. ПАО ДМКД — единственный на Украине поставщик катаной осевой заготовки для железнодорожного транспорта, шпунтовых свай типа Ларсен, рельсов контактных для метрополитена, стальных мелющих шаров, трубной заготовки.

ДМК – градообразующее предприятие, удельный вес которого в промышленной инфраструктуре города достигает 60 %, на нем работает более 15 тыс. человек. Предприятие убыточное в 2010 году чистый убыток составил 1 млрд. 223 млн. гривен.

Сайт предприятия имеет структуру визитки, выполнен в виде блога на CMS Wordpress, и, практически, не содержит элементов электронной коммерции, что не позволяет использовать его для увеличения объемов продаж и улучшения эффективности предприятия.



Рис. 2.48 Главная страница сайта ДМК им. Дзержинского

3.21 ОАО НТЗ Интерпайп (г. Днепропетровск, Никополь, Новомосковск)

Эксплуатация электросталеплавильного комплекса (ЭСПК) ИНТЕРПАЙП СТАЛЬ позволила заменить энергозатратное, морально устаревшее, экологически «грязное» мартеновское производство на прогрессивный, электроплавильный способ производства стали. ИНТЕРПАЙП СТАЛЬ – крупнейший инвестиционный проект, сумма реализации которого составила 700 млн USD (В.Пинчук). Эксплуатация электросталеплавильного комплекса - это не только технологически уникальный проект для Украины и СНГ в целом, но и жизненно важный шаг для развития отечественной трубной промышленности.



- Миссия
- Ответственность
- Производство
- ИНТЕРПАЙП СТАЛЬ
- Правление
- Антикоррупционная политика
- Закупки



Новости

Председателем правления ИНТЕРПАЙП НИЖНЕДНЕПРОВСКИЙ ТРУБОПРОКАТНЫЙ ЗАВОД (ИНТЕРПАЙП НТЗ) назначен Владимир Горнштейн. Топ-менеджер приступил к исполнению обязанностей 1 октября. Кроме этого, Владимир Горнштейн с 1 октября назначен Председателем Наблюдательного Совета ИНТЕРПАЙП НИКО ТЬЮБ.



Трубный бизнес

ИНТЕРПАЙП – быстро растущая международная компания, лидер трубной индустрии в Восточной и Центральной Европе. Мы стремимся создавать комплексные решения, которые выгодны нашим клиентам. Мы экономим время, силы и деньги наших клиентов. И это дает нам возможность развивать долгосрочные партнерские отношения и создает нам репутацию стабильной и надежной Компании.



Колесный бизнес

ИНТЕРПАЙП – крупнейший в мире экспортер железнодорожных колес. Уникальная технологическая база позволяет нам производить более 240 типоразмеров цельнокатаных колес. Учитывая растущие требования к качеству продукции, мы постоянно совершенствуем технические параметры: улучшаем дизайн колес, повышаем их прочность и точность обработки.



Единый информационный номер

+380 56 736 60 06

ЗАКУПКИ И ТЕНДЕРЫ



17-ый Международный колесный конгресс приближается!



Складская сеть ИНТЕРПАЙП



Рис. 2.49 Главная страница сайта компании Интерпайп <http://www.interpipe.biz/ru/company.html>

Для эксплуатации ЭСПК ИНТЕРПАЙП СТАЛЬ был введен в эксплуатацию целый ряд крупных объектов, обеспечивающих функционирование завода.

В рамках модернизации предприятия проведено обновление существующего ломоперерабатывающего оборудования, а также приобретение новой техники. В частности, будут установлены и выведены на проектную мощность 4 новых перерабатывающих комплекса, производительностью от 10 до 25 тыс. тонн в месяц. Это мощные агрегаты – стационарные и передвижные пресс-ножницы производства франко-германской компании AKROSHENSCHER, которые будут установлены как на головном предприятии, так и в цехах в Луганске и Никополе.

Построена кабельная линия, протяженностью 12,8 км, призванная соединить электросталеплавильный комплекс ИНТЕРПАЙП СТАЛЬ с новой подстанцией «Печная» и Приднепровской ТЭЦ. Линия электропередач 330 кВ является первой в Украине кабельной линией сверхвысокого напряжения. При

строительстве линии применены новейшие технологии защиты и изоляции мировых производителей силового оборудования. Новая линия передач проложена подземным способом на глубине более полутора метров, в том числе под дном реки Самара с применением горизонтально-направленного бурения. Применение новых технологий и оптимальный маршрут прокладки линии позволили избежать негативного влияния на окружающую среду и население.

Новая подстанция «Печная» - один из ключевых элементов системы энергоснабжения будущего завода. Именно к этой подстанции выходит кабельная линия передач 330 кВ и именно отсюда будет осуществляться и координироваться бесперебойная работа всей системы: Приднепровская ТЭС - кабельная линия передач – Подстанция «Печная» - электросталеплавильный комплекс ИНТЕРПАЙП СТАЛЬ.

Коммутационное оборудование «Печной» изготовлено лидерами в производстве силового оборудования - компаниями Siemens и ABB. Аналогов подстанции такого уровня и такой мощности на Украине на сегодняшний день нет. При этом подстанция «Печная» имеет дополнительные резервы для увеличения мощностей при строительстве второй очереди завода.

Новая Известковая фабрика. Для обеспечения ЭСПК высококачественной известью построил новую Известковую фабрики в Днепропетровске.

Поставщиком основного технологического оборудования двухшахтной прямоточно-противоточной регенеративной печи Cim-Reversy Twin-D 55 - стала компании "Cimprogetti" (Италия).

Прямоточно-противоточная регенеративная печь обеспечивает самый низкий расход тепла среди всех имеющихся сегодня современных печей. Кроме этого, данная технология позволяет получить высококачественную известь, удовлетворяющую всем требованиям сталеплавильного производства.

Новый кислородный завод. В рамках эксплуатации завода ИНТЕРПАЙП заключил долгосрочный контракт на поставку технологических газов (кислород, аргон и азот) с компанией MESSER. Компания MESSER является мировым лидером в области производства продуктов разделения воздуха. По условиям контракта компания MESSER построила новый кислородный завод в непосредственной близости от сталеплавильного комплекса.

Предприятие специализируется на производстве бесшовных труб для добычи и транспортировки продуктов в нефтегазодобывающей отрасли, труб специального назначения для машиностроения и энергетической промышленности, труб общего назначения для применения в других промышленных отраслях, а также колес и бандажей для железнодорожного транспорта.

Продуктовый ряд:

- для нефтегазовой промышленности: бесшовные обсадные трубы диаметром 140-340 мм с толщиной стенки 6,4-15,4 мм, трубы для транспортировки нефти и газа диаметром 42-377 мм с толщиной стенки 4,5 – 65 мм
- для машиностроения и энергетической отрасли: бесшовные трубы диаметром 33-377 мм с толщиной стенки 4-65 мм, в том числе для погружных электронасосов (ПЭН) и погружных электродвигателей (ПЭД) диаметром 87-159 мм с толщиной стенки 3 - 8 мм; подшипниковые диаметром 36 - 183 мм с толщиной стенки 3,6 – 38 мм; прецизионные трубы диаметром 35-108 мм с толщиной стенки 3,5 – 18 мм, для других промышленных отраслей: бесшовные трубы диаметром 33-377 мм с толщиной стенки 4-65 мм
- цельнокатаные железнодорожные колеса для локомотивов, пассажирских и грузовых вагонов, вагонов метро диаметром от 650 до 1269 мм, бандажи диаметром от 690 до 1260 мм

Предприятие сертифицировано на соответствие международным стандартам:

- система управления качеством соответствует международным стандартам ISO 9001 и API Q1
- система управления окружающей средой сертифицирована согласно стандарту ISO 14001
- трубная продукция сертифицирована на соответствие международным и национальным стандартам API 5CT, API 5L, EN (DIN), ASTM, ГОСТ
- колесная продукция соответствует требованиям международных и межгосударственных стандартов: UIC – Merkblatt 812-3V, 812-2V, sowie DB BN 918 277, AAR M 107, ГОСТ 10791.

Построенный сталеплавильный цех (вложено \$700 млн.) позволяет улучшить качество стали для производства труб и железнодорожных колес, что приведет к повышению спроса на эти изделия и улучшит общие экономические показатели завода.

В феврале 2012 г. "Интерпайп" прокатал первую партию бесшовных труб из заготовки, произведенной на новом электросталеплавильном комплексе "Днепросталь". Как сообщает пресс-служба "Интерпайпа", первая труба была прокатана на заводе "Интерпайп НТЗ" из стальной заготовки, полученной в ходе первой плавки.

"Первая труба прошла весь комплекс испытаний, в результате которых было подтверждено высокое качество стали заготовки", — сказано в сообщении.

Производство первой трубы означает для "Интерпайп" переход к вертикально интегрированной структуре компании: от заготовки лома через выплавку стали до производства стальных труб и ж/д колес.

Потребителями трубной заготовки "Днепростали" станут два завода компании — "Интерпайп НТЗ" (Днепропетровск) и "Интерпайп НИКО ТЬЮБ" (Никополь). На сегодняшний день оба предприятия готовы к интеграции с электросталеплавильным комплексом "Днепросталь".

"Сегодня "Интерпайп" закупает 70% стальной заготовки для бесшовных труб у внешних поставщиков. После выхода "Днепростали" на проектную мощность (1,32 млн. тонн колесных и трубных заготовок) в 2014 году самообеспеченность заготовкой производства бесшовных труб "Интерпайп" составит 90%. Таким образом, вертикальная интеграция компании будет завершена", — подчеркивает генеральный директор Интерпайп Александр Киричко.

Прокат первой трубы состоялся в цехе по производству труб нефтегазового сортамента "Интерпайп НТЗ". 12 заготовок весом в 100 тонн порезали на слитки для производства обсадных труб (трубы, применяемые для добычи нефти и газа). В ходе проката получено 94 трубы длиной 12 м каждая.

"Производство бесшовных труб и ж/д колес из непрерывнолитой заготовки позволит "Интерпайпу" освоить и сертифицировать новые виды продукции, такие как, например, коррозионностойкие трубы по американскому стандарту 5СТ и многие другие, — отмечает председатель правления "Интерпайп НТЗ" Андрей Коротков. — Кроме этого, мы ожидаем значительного снижения расходного коэффициента металла. Только на трубах экономия металла может составить около 5000 тонн/год".

Как сообщало "Дело", с конца 2011 года на "Днепростали" проходят испытания, которые будут завершены в первом квартале этого года. С запуском завода "Интерпайп" сможет значительно снизить стоимость производимой продукции, улучшить экологическую обстановку в Днепропетровской области. В планах компании окупить затраченные \$700 млн. инвестиций на "Днепросталь" за 6-7 лет.

3.22 Информационная поддержка промышленности Украины на сайте <http://www.ua-region.info>

The screenshot shows the website interface with a navigation bar containing links: Главная, Бизнес-каталог, Продвижение бизнеса, Справочники предприятий, CRM, and Прочие. Below the navigation bar, there is a search bar with the text 'вся Украина' and 'искать везде'. A search result for 'Сельское хозяйство' is displayed, listing categories like 'Сельское хозяйство, охота и связанные с ними услуги', 'Лесное хозяйство и связанные с ним услуги', and 'Рыболовство; деятельность рыбопитомников и рыбных ферм; услуги, связанные с рыбным хозяйством'. Another search result for 'Промышленность' is shown, listing categories like 'Добыча каменного угля, лигнита (бурого угля) и торфа', 'Добыча углеводородов; вспомогательные службы', and 'Добыча урановой руды'.

Рис. 3.50 Информационные продукты на сайте <http://www.ua-region.info>

The screenshot shows the website page for CD products. The main heading is 'Справочники предприятий Украины. Бизнес справочники — версии на CD'. Below this, there is a paragraph about the benefits of these products. A CD image is shown on the right side of the page. The CD contains the following text: 'Электронный каталог «Предприятия Украины. Полная база данных: более 386000 компаний»', 'Единая система деловой информации «ВСЕ ПРЕДПРИЯТИЯ УКРАИНЫ»', and 'BUSINESS-REGION.COM.UA'. Below the CD image, there is a list of products and their descriptions.

Справочники предприятий Украины. Бизнес справочники — версии на CD

Как достичь успеха в бизнесе? — Нужно быть на шаг впереди своих конкурентов. Передовые позиции в жизни занимают те люди, которые не тратят уйму времени на лишнюю суету и всегда находятся в курсе деловой жизни страны.

Упрочить свои деловые позиции можно приобретя **электронный справочник предприятий Украины**. Выбирать каталог предприятий нужно исходя из особенностей собственной деятельности. Есть общие справочники, региональные и отраслевые. В них предприятия сгруппированы по основному необходимому признаку:

Общие справочники

- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Полная база данных: более 386000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. База данных: более 84000 компаний»

Региональные справочники

- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Западный регион: более 70000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Восточный регион: более 56000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Северный регион: более 20000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Южный регион: более 65000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Центральный регион: более 53000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Киев и Киевская область: более 74000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Крым и Севастополь: более 18000 компаний»

Отраслевые справочники

- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Промышленность и производство: более 72000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Сельское и лесное хозяйство: более 25000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Оптовая и розничная торговля: более 164000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Строительство: более 42000 компаний»
- «Бизнес-Гид™». Предприятия Украины. Транспорт: более 21000 компаний»

Справочники предприятий Украины, представленные в электронном варианте на дисках, позволяют легко и быстро находить нужную информацию. Толстые бумажные каталоги уходят в прошлое, уступая место современным компьютерным вариантам. Электронный поиск всего за несколько секунд выведет на экран искомый результат. Работа с программой на своем компьютере, пользователь может составлять собственные базы, на основе установленных параметров, и экспортировать их в формат HTML.

Электронный каталог предприятий Украины позволяет выполнять отбор по **территориальному** и **отраслевому** классификатору, а также поиск по названию предприятия, руководителю, бухгалтеру, адресу, телефону, факсу, товарам и услугам, рекламной информации.

Задать вопрос

Рис. 3.51 Информационные продукты на CD <http://www.ua-region.info/cd>

3.23 Выводы раздела 3

1. Горно-металлургическая промышленность - одна из ключевых отраслей, промышленного потенциала Украины. На территории Украины располагается 20% мировых запасов железной руды. Доля Украины в мировом производстве железной руды составляет около 5 %. По запасам железорудного сырья Украина занимает первое место в мире, а по объемам производства — седьмое. Предприятия отрасли выпускают весь спектр железорудного сырья: кусковую и мелкую железную руду, железорудный концентрат, окатыши и агломерат. Производственные мощности, которыми располагают предприятия, позволяют не только обеспечить сырьем отечественные металлургические заводы, но и экспортировать значительную часть продукции. В горно-металлургический комплекс (ГМК) Украины входят 365 организаций разной формы собственности, среди которых 15 металлургических комбинатов и заводов, 12 коксохимических предприятий, 12 огнеупорных заводов, 26 предприятий горнорудной отрасли, 70 предприятий, работающих на цветную металлургию. ГМКУ производит около 27% ВВП, в отрасли работает более 530 тыс. человек, что составляет 3,5% трудоспособного населения Украины.

2. За последние 3 года доля Украины в общих объемах производства стали в СНГ колебалась на уровне 28–35%. Для СНГ Украина была значительным производителем стали, на которого в среднем приходилось треть объемов производства. В разрезе мирового рынка Украина, как производитель стали, медленно теряла долю, как и производители из СНГ в целом. С февраля 2009 года по июнь 2012 года доля Украины в мировом производстве снизилась с 2,68% до 2,24%, а в феврале 2012 года она была близка к психологическому барьеру в 2%. Украинских металлургов вместе с их российскими коллегами вытесняли китайские производители, доля которых на мировом рынке росла. Одна из причин роста производства стали в Азии – продолжающейся экономической подъем в этом регионе (подробнее см. раздел 3.2).

3. В 2011 году самым крупным предприятием ГМК по размеру выручки стал металлургический комбинат «Азовсталь» (г. Мариуполь). Выручка комбината за 2011 год составила 44,423 млрд. грн, вторым по объему выручки стал «Металлургический комбинат им. Ильича» 35,759 млрд. грн. (г. Мариуполь). Оба комбината контролировались холдинговой компанией «Метинвест». Однако центром прибыли в ГМК в 2011 году оставались горно-обогатительные комбинаты. Увеличение чистой прибыли в 2011 году продемонстрировала четверка лидеров: Ингулецкий (ИнГОК), Северный (СевГОК), Южный и Центральный горно-обогатительные комбинаты. Входящие в группу «Метинвест» ИнГОК и СевГОК нарастили чистую прибыль по сравнению с 2010 годом в два раза (до 6 млрд. 584 млн. грн) и в 2,4 раза (до 6 млрд. 249 млн. грн) соответственно.

4. Наибольшим предприятием горно-металлургического комплекса Украины является холдинг МетИнвест. Вертикально интегрированная модель МетИнвест включает горнодобывающий и металлургический дивизионы. Метинвест является крупнейшим в Украине и одним из крупнейших в СНГ производителей железорудного сырья (ЖРС), а также входит в десятку ведущих мировых производителей этого вида сырья. Метинвест - крупнейший в Украине производитель коксующегося угля. В его состав входят: Ингок, Севгок, Цгок, Комсомольское рудоуправление, Краснодонуголь и Компания United Coal (США). Металлургический дивизион объединяет коксохимическое, сталеплавильное, прокатное и трубное производства Группы Метинвест. В Металлургический дивизион входит 8 металлургических предприятий в Украине и странах Европы: Металлургический комбинат «Азовсталь»; Мариупольский металлургический комбинат им. Ильича; Енакиевский металлургический завод; Харцызский трубный завод, являющийся единственным производителем сварных труб большого диаметра в Украине; а также Авдеевский коксохимический завод - один из ведущих в Европе и крупнейшее в Украине коксохимическое предприятие и крупнейший производитель нафталина в Европе - Инкор и Ко. В Европе Группа Метинвест представлена прокатными предприятиями в Италии, Великобритании и Болгарии. Ferriera Valsider (Верона, Италия) производит порядка 500 тыс. тонн толстолистового и рулонного проката в год. Metinvest Trameal и Spartan UK производят толстолистовой прокат и расположены в Сан-Джорджо ди Ногаро (Италия) и Ньюкасл (Великобритания) соответственно. Промет Стил АД — современное прокатное предприятие в Болгарии, основной продукцией которого является сортовой и фасонный прокат. Скриншоты сайтов и краткая характеристика этих предприятий приведены в монографии.

5. Сайт МетИнвест, как и следовало ожидать, наиболее полно отражает предъявляемые требования к электронной коммерции, на нем имеется портал продаж, в то время как другие предприятия ограничиваются лишь представительством в Интернете (сайты – расширенные визитки). Визуализация портала продаж представлена в тексте монографии в виде многочисленных взаимосвязанных окон, проходя по которым клиент выбирает нужную продукцию. В МетИнвест большое внимание уделяется качеству продаваемой продукции и ее соответствию требованиям международного стандарта ISO 9001.

6. Достаточно современный дизайн, с использованием систем управления контентом WordPress и Joomla имеет сайт Югока. ПАО «Сухая балка» имеет представительство на портале Рудана. Много полезной информации содержится также на автономном сайте публичного акционерного общества «АрселорМиттал Кривой Рог» (бывший металлургический комбинат Криворожсталь) и на сайте Запорожского железорудного комбината. Однако необходимых атрибутов, необходимых для электронной коммерции на них нет, кроме реквизитов. Аналогичная ситуация и на других сайтах, представленных в

монографии, горно-металлургического комплекса, включая предприятия, специализирующиеся на марганце и титане. Положительной особенностью можно считать наличие информационной поддержки коммерческой деятельности промышленных предприятий Украины на сайте <http://www.ua-region.info>. Об этом более подробно изложено в четвертой главе монографии.

7. Большой интерес представляют еще три крупнейших предприятия Днепропетровской области.

Первое из них, реализующее вертикально интегрированную технологию производства стали, «Евраз Груп С.А.». В состав Евраз, в частности, входит Днепропетровский металлургический завод им. Петровского и еще четыре украинских предприятия: коксохимический завод «Баглейкокс», Днепропетровский коксохимический завод «Днепрококс», Днепродзержинский коксохимический завод «ДКХЗ» и горно-обогатительный комбинат «Суха Балка» на Украине. Евраз занимает лидирующее положение в металлургии России и выпускает более 17 млн. тонн стали в год.

Второе крупнейшее предприятие – ДМК им. Дзержинского - градообразующее предприятие г. Днепродзержинска с государственной формой собственности является нерентабельным и требует дотаций из бюджета.

Третье – ООО НТЗ Интерпайп, на котором впервые за годы независимости введен в эксплуатацию сталеплавильный завод «Электросталь», в строительство которого было инвестировано более \$ 700 млн., и который начал выпуск качественных труб и ж/д колес, пользующихся спросом как в Украине, так и за рубежом.

К сожалению, сайты всех этих предприятий качественно не подготовлены к электронной коммерции.

8. В целом, горно-металлургический комплекс по своим масштабам является самым крупным в Украине, приносящим доход в казну государства, в основном, за счет приватизированных предприятий. Внедрение на этих предприятиях активной коммерческой деятельности в Интернете способно увеличить объемы продаж металлургической продукции и повысить в целом эффективность экономики Украины. О том, как это сделать, пойдет речь в последующих разделах монографии.

РАЗДЕЛ 4

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСКРУТКЕ КОРПОРАТИВНОГО БИЗНЕСА НА ПОРТАЛЕ UA-REGION

4.1 Бизнес портал UA-REGION

Успешное развитие современного бизнеса немыслимо без грамотной маркетинговой политики, использующей для воздействия на широкую аудиторию потенциальных заказчиков мощнейший инструмент – Интернет.

Влияние всемирной паутины таково, что известность компании, доверие к её имени и увеличение спроса на предоставляемые ею товары и услуги теперь напрямую зависят от позиций сайта компании в рейтингах популярных поисковых систем.

По данным статистики, на сегодняшний день более 60% населения Украины принимает решение обратиться в ту или иную компанию исходя из мнения, сформированного после анализа данных, полученных на различных интернет-ресурсах. Именно поэтому, раскрутка бизнеса в сети Интернет является профильным направлением бизнес портала UA-REGION.

Более чем 10-летний опыт продвижения бизнеса позволил сформировать комплексные подходы, обеспечивающие максимальную раскрутку вашего бизнеса в сети Интернет. В рамках любого из предлагаемых UA-REGION пакетов услуг, UA-REGION предлагает вашей компании полную регистрацию в сети UA-REGION бизнес и интернет-порталов, значительное повышение поискового рейтинга компании, лидирующие позиции в популярных поисковых системах Google, Yandex, Meta.

Учитывая различные цели и потребности малого, среднего и крупного бизнеса UA-REGION создал уникальные пакеты услуг, которые смогут принести пользу каждому клиенту.

Пакет «VIP»: Максимальный бизнес рейтинг. Данный пакет услуг нацелен на максимальное продвижение бизнеса в сети Интернет. Он станет универсальным средством достижения лидирующих позиций для динамично развивающейся компании, перед которой стоит задача постоянного расширения сфер влияния, а также идеально подойдёт для крупного предприятия, которому необходимо удерживать стабильные позиции на рынке.

Пакет «Оптимальный»: Единая система деловой информации «Все предприятия Украины». Комплексная программа, предоставляемая данным пакетом услуг, идеально подойдет для любого предприятия среднего бизнеса. Если вашей компании необходимо занять достойное место среди конкурентов, постоянно воздействовать на целевую аудиторию, попасть в ТОП-10 поисковых систем, сделать информацию об услугах и продукции легко доступной.

Пакет «Эффективный»: Удачный выбор для раскрутки и продвижения вашего бизнеса в сети Интернет. Достижение "золотой середины" в раскрутке и продвижении бизнеса в сети Интернет, целостный подход, направленный на улучшение видимости вашей компании в поисковой выдаче, прогнозируемость

результатов делают данный пакет услуг прекрасным предложением для развивающихся предприятий среднего и малого бизнеса.

Пакет «Бюджетный»: Прекрасный инструмент для начала завоевания вашей компанией сети Интернет. В рамках этого пакета UA-REGION предлагает набор минимально необходимых средств, влияющих на рейтинг компании в сети Интернет. Этот пакет станет прекрасным началом раскрутки любого бизнеса с ограниченным бюджетом.

4.2 Бизнес реклама — эффективное средство увеличения продаж http://www.ua-region.info/business_advancement

Увеличение продаж — неизменная цель каждого предприятия. Гигантская работа по созданию продукции, способной занять лидирующие позиции на рынке, может не принести ожидаемых результатов, если недостаточно основательно отнестись к проведению маркетинговых мероприятий. Сегментация рынка, проведение исследований на выборке, чётко характеризующей целевую аудиторию, строгая направленность рекламных компаний, использование наиболее эффективных методов продвижения бизнеса обеспечат конкурентоспособность вашему предприятию и заметное увеличение продаж.

Важной частью раскрутки бизнеса должна стать грамотная рекламная кампания в сети Интернет. Причём, необходимо держать баланс между явной и неявной интернет-рекламой. Только официального сайта, даже с великолепно подобранным контентом, и нескольких рекламных баннеров недостаточно, чтобы занять лидирующие позиции на рынке и оказывать заметное влияние на пользователей сети. Только комплексный рекламно-маркетинговый подход способен принести вашей компании реальные результаты! Размещение полной информации о деятельности вашей компании в различных электронных базах данных, бизнес-каталогах, информационных ресурсах — единственный способ ненавязчивой рекламы, дающий потребителям ощущение самостоятельного выбора. Команда специалистов UA-REGION поможет вам сделать так, чтобы они выбрали именно вас!

Бизнес-портал UA-REGION более 10 лет занимается созданием баз данных широкого профиля для маркетингового и любого другого коммерческого использования. Накопленный опыт позволяет не только усовершенствовать систему электронных бизнес-каталогов, но и создать комплексную программу продвижения бизнеса в сети Интернет. Качественное размещение рекламы, предоставление самых полных баз данных с актуальной и достоверной информацией, раскрутка сайтов и комплексная SEO-оптимизация — вот далеко не полный перечень возможностей UA-REGION благоприятного воздействия на продвижение вашего бизнеса.

UA-REGION предлагает вам воспользоваться тщательно структурированной системой, в основе которой лежит самая полная база данных предприятий Украины. На сегодняшний день в ней зарегистрировано более 386000 юридических и физических лиц, что позволяет вам получить

полную информацию о деятельности конкурентов в интересующей вас отрасли, о существующих компаниях, сотрудничество с которыми принесёт пользу для развития вашего бизнеса. В свою очередь, благодаря регистрации в столь обширном бизнес-каталоге, информация о вашей компании будет доступна всем потенциальным партнёрам и клиентам. Доступность и краткость информации, размещённой в электронных базах данных, широкие возможности поиска по различным отраслям и регионам Украины, — обеспечат лёгкость нахождения вашей компании. А полнота и актуальность сведений помогут привлечь новых клиентов, улучшить имидж и продемонстрировать конкурентам силу своих позиций.

Использование каталогов предприятий для Интернет-рекламы — прекрасный стратегический ход. Его грамотное использование обеспечит ненавязчивое, но постоянное улучшение позиций вашей компании в сети Интернет. Отличительной чертой этого метода является то, что он воздействует непосредственно на нужную вам целевую аудиторию. Благодаря возможностям поисковых систем, пользователь быстро находит информацию о необходимых ему товарах и услугах, которая содержится в базах данных UA-REGION. Возможность самостоятельного нахождения того, что ему нужно, позволяет мягко влиять на его решение о сотрудничестве с вами.

Достижение подобного успеха обеспечивается тем, что мы размещаем в сети Интернет ваш персональный профиль, который, по вашему желанию, может содержать максимально полную информацию о вашей компании. Название и логотип компании, размещение всех необходимых контактных данных, перечень товаров (с фотографиями) и услуг, прайс-листы, рекламные материалы и видеопрезентации — мягко, но настойчиво проинформирует потенциального клиента о преимуществах вашей компании, ненавязчиво подтолкнёт его к решению о сотрудничестве. Кроме того, размещение в электронных базах данных, благодаря использованию методов SEO-оптимизации и продвижения сайтов, позволит значительно улучшить рейтинг вашей компании в популярных поисковых системах.

Электронные каталоги обладают двойным эффектом — обеспечивают дополнительную рекламу, а также могут и должны быть использованы для решения прикладных бизнес-задач. Качественная и простая база данных особенно необходима для специалистов маркетингового отдела, отдела продаж, отдела сбыта и всем лицам, принимающим бизнес-решения. Бизнес-справочники, выпускаемые на компакт-дисках под торговой маркой «Бизнес-Гид™», содержат самую полную базу данных предприятий Украины.

Грамотно продуманное программное обеспечение, широкие возможности поиска (по регионам, отраслям), простота использования, актуальность и достоверность информации, возможность конфигурации под нужды конкретной компании, возможность самостоятельного обновления — все это делает базы данных UA-REGION самым эффективным инструментом для удовлетворения информационных и маркетинговых потребностей бизнеса любого уровня.

Сотрудники интернет-портала UA-REGION тщательно исследуют украинские рынки, проводят бизнес-аналитику по отраслям и регионам. Исходя

из индивидуальных потребностей вашей компании, UA-REGION составит специализированную базу данных. Профессиональный мониторинг интересующего вас рынка обеспечит полноту и достоверность предоставляемых сведений. Вы будете обладать самой полной информацией по нужной вам отрасли промышленности или региону Украины. Сформированные под ваши требования сведения будут предоставлены вам через Интернет или отправлены на компакт-диске почтой либо курьерской службой.

UA-REGION может предоставить вам самую полную и достоверную информацию, касающуюся основных игроков, действующих на рынке, партнёрских отношениях, сложившихся между компаниями. Обладая широкими возможностями, UA-REGION обеспечит вас самой актуальной информацией, касающейся изменений в законодательном регулировании. Это поможет вам использовать правовые изменения в свою пользу. Информация о финансовых показателях ваших конкурентов, их спонсорской или благотворительной деятельности, наконец, репутации, даст вам возможность принять наиболее эффективную стратегию развития вашей компании. Профессиональное исследование бизнес-среды позволит использовать в вашу пользу огромный пласт тщательно проверенной и отобранной информации по интересующему вас сегменту рынка Украины.

Комплексная интернет реклама от портала UA-REGION — эффективное средство увеличения продаж.

4.3 Коммерческое предложение http://www.ua-region.info/business_advancement

Компания UA-REGION одна из первых в Украине начала заниматься электронными базами данных для коммерческого использования, в том числе в целях прямого маркетинга. Опыт, накопленный UA-REGION за 10 лет работы на информационных рынках, позволяет предоставить клиенту профессиональные базы данных любого уровня сложности.

В наше время наиболее дешевым и эффективным способом продвижения бизнеса является реклама в интернете. Поэтому именно сейчас, мы предлагаем недорогие комплексные рекламные решения, намного превосходящие по эффективности рекламу через СМИ, билборды, промо-акции и др.

Основные направления деятельности компании UA-REGION:

- Оказание полного спектра услуг по созданию, трансляции, сопровождению всевозможных баз данных по критериям и требованиям клиента.
- Внедрение различных CRM-систем, в т.ч. SugarCRM. Кроме того, UA-REGION создает проекты по экспорту нашей базы данных украинских предприятий в любые системы маркетинга.
- Реализация региональных и отраслевых электронных каталогов украинских предприятий, а так же каталога «Бизнес-Гид™». Предприятия

Украины. Полная база данных: более 386000 компаний».

- Предложение комплексных пакетов по продвижению вашего бизнеса, в зависимости от ваших интересов и потребностей.

Бизнес-порталы UA-REGION:

«UA-REGION.INFO – Лучшие актуальные базы данных по предприятиям Украины» – единственный в Украине интернет-проект, который был отмечен золотой медалью «Знак качества» в категории «Создание, трансляция и сопровождение баз данных» за предоставление услуг, соответствующих европейскому уровню качества.

«Украинский информационный бизнес портал | ® Poshuk» – специализируется на предоставлении комплексных услуг по информационному обеспечению.

«Бизнес-Гид™» – популярный украинский поисковый сервис, зарегистрированная торговая марка.

«DLAB.COM.UA – Універсальний львівський довідник» – один из первых украинских бизнес-порталов, предоставляет наиболее полную и актуальную информацию по предприятиям Львова и Львовской области.

Основываясь на динамике развития украинского сегмента интернета и потребностях современных украинских предприятий, компания UA-REGION разработала специальное предложение – комплексные пакеты услуг.

Предлагаемые UA-REGION пакеты услуг сформированы исходя из потребностей бизнеса разного уровня.

Пакеты «Бюджетный», «Эффективный», «Оптимальный» и «VIP» нацелены на удовлетворение потребностей как недавно основанных компаний, которые только начали завоевывать рынок, так и крупных корпораций, долгие годы стабильно удерживающих свои позиции. Каждый пакет ориентирован на достижение определённых целей. UA-REGION предлагает вам только те инструменты, которые действительно необходимы для продвижения и раскрутки вашего бизнеса в сети Интернет.

Пакет услуг «Бюджетный» соответствует минимальным запросам компаний, не нуждающихся в широкой рекламе. Этот пакет способствует попаданию сайта вашей компании в ТОП-30 популярных поисковых систем Google, Yandex, META, а также позволяет разместить основную коммерческую информацию во всех наших электронных бизнес-каталогах в сети Интернет и на компакт-дисках. Стоимость пакета: 790 грн. на 1 год

С пакетом услуг «Эффективный» хороший старт для раскрутки вашего бизнеса будет вам обеспечен. Этот пакет является прекрасным инструментом для формирования лояльности аудитории и устойчивого узнавания бренда вашей компании в сети Интернет. Стоимость пакета: 1290 грн. на 1 год

Пакет услуг «Оптимальный»: Единая система деловой информации «Все предприятия Украины» (ЕСДИ) – комплексная программа, которая позволяет провести быструю раскрутку вашей компании в сети Интернет, обеспечить ее высокий коммерческий рейтинг, реализовать скрытые конкурентные преимущества, усилить позиционирование вашего бренда среди целевой аудитории. Стоимость пакета: 1790 грн. на 1 год

Воспользовавшись пакетом услуг «VIP» вы обеспечите наиболее эффективное продвижение вашей компании в сети Интернет, а также максимальное увеличение посещаемости своего корпоративного сайта в самые короткие сроки. Гарантированное пребывание в ТОП-3 наших бизнес-каталогов. Стоимость пакета: 9000 грн. на 1 год

Подробнее про услуги UA-REGION вы можете ознакомиться на сайте [UA-REGION.INFO](http://ua-region.info) либо запросить любую дополнительную информацию по электронной почте info@ua-region.info или по телефону +38(032) 232-88-01

4.4 Пакет «VIP»: Максимальный бизнес рейтинг **<http://www.ua-region.info/vip>**

Как быстро поднять рейтинг и увеличить посещаемость своего сайта. Пакет услуг «Максимальный бизнес рейтинг» рассчитан на реализацию потребностей динамично развивающегося бизнеса, требующего максимально быстрого продвижения в сети Интернет. Масштабность реализуемых мер позволяет в короткие сроки вывести вашу компанию в ТОП-3 поиска по ключевым словам, характеризующим вашу деятельность, во всех бизнес-каталогах UA-REGION, а также занять лидирующие позиции в популярных поисковых системах.

Внутренняя и внешняя реклама, аудит и SEO-оптимизация, качественное улучшение наполнения контента, продвижение сайтов в поисковых системах, персональный профиль, размещённый в многочисленных базах данных и широко отображающий как деятельность, так и корпоративный дух компании — всё это и многое другое входит в комплексное предложение VIP-пакета «Максимальный бизнес рейтинг».

Индивидуальный подход, использование современных SEO-технологий, гарантируют продвижение вашего бизнеса и возможность использования многочисленных привилегий, недоступных вашим конкурентам. Если вашей целью является раскрутка сайта и длительное сохранение лидирующих позиций — воспользуйтесь возможностями UA-REGION, чтобы получить желаемый результат.

UA-REGION предлагает:

1. Максимальный бизнес-рейтинг во всех наших каталогах в Интернете и на компакт-дисках (5 звездочек):

Гарантированное попадание в ТОП-3 при поиске по ключевым словам характеризующим вашу деятельность в бизнес-каталогах UA-REGION. Повышение видимости сайта в самых популярных поисковых системах Google, Yandex, META. Это обеспечит максимальное увеличение посещения сайта вашей компании и привлечёт новых клиентов, нуждающихся в предоставляемых вами услугах.

2. Размещение наиболее полного профиля вашей компании на всех сайтах, входящих в Единую систему деловой информации «Все предприятия Украины».

В вашем персональном профиле UA-REGION разместит следующую информацию:

Контактные данные (фактический и юридический адрес, сайт, электронная почта, телефоны, факс, ФИО указанных должностных лиц);

Схема проезда на интерактивной карте вашего города;

Ваш логотип, фирменный знак, графический бренд;

Видеопрезентации, характеризующие деятельность вашей компании:

- Описание и изображения (фотографии) вашей продукции, товаров и услуг
- Прайс-листы
- Разные материалы рекламного характера
- Специально подобранные ключевые слова (теги, tags), характеризующие деятельность вашей компании. Максимально полный профиль будет доступен всем пользователям Интернета на следующих сетевых ресурсах:
 - украинские информационные бизнес-порталы UA-REGION.INFO, UA-REGION.COM, UA-REGION.COM.UA;
 - торговая марка «ПОШУК™» POSHUK.COM;
 - сеть интернет-порталов торговой марки «Бизнес-Гид™» BG.UA, BIZ-GID.RU, BIZ-GID.COM;
 - интернет-проекты DLAB.COM.UA, DLAB.LVIV.UA

Информация, отображённая в персональном профиле компании, формируется таким образом, чтобы с одной стороны, не перегрузить потенциального заказчика информацией, а с другой — предоставить ему комплекс сведений, в полной мере характеризующих продуктивность деятельности компании и комплекса предоставляемых услуг.

3. Обеспечение индексации профиля вашей компании популярными поисковыми системами. Работа поисковых систем строится на основании чётких алгоритмов и логических законов. Поисковые роботы анализируют информацию далеко не с точки зрения "это интересно" или "это именно то, что я ищу". Поэтому обеспечение индексации профиля становится залогом известности вашей компании в сети.

Использование современных SEO-технологий позволит находить вашу компанию в поисковых системах по любому запросу, содержащему ключевые слова, так или иначе, характеризующие ваш бизнес.

4. Достижение максимального рейтинга вашей компании в самых популярных поисковых системах (Google, Yandex, META).

Использование наиболее эффективных методов продвижения сайтов в

поисковых системах позволяет за прогнозируемое время достичь лидирующих позиций. UA-REGION проведёт качественную работу по:

- аудиту и коррекционной работе над контентом сайта
- подбору и размещению ключевых слов, характеризующие ваш бизнес (до 50 тегов)
- выполнению SEO-оптимизации и раскрутки вашей компании на всех ресурсах бизнес-портала UA-REGION
- приобретению ссылок на ваш профиль по ключевым словам, как на внешних сайтах (до 100 ссылок), так и с внутренних страниц нашего сайта (до 200 ссылок). Достижение максимального рейтинга в самых популярных поисковых системах гарантирует высокую посещаемость сайта вашей компании и многократно увеличивает заинтересованность потенциальных покупателей и бизнес-партнёров. Эффективность продвижения обеспечивается быстрым и качественным аудитом, "заточке" контента вашего сайта по наиболее оптимальным для поисковых систем, ключевым словам.

Прогрессирующее расширение ссылочной массы принесёт вашей компании стабильно высокие позиции в разнообразных базах данных, бизнес-каталогах. Поскольку все мероприятия по продвижению непосредственно ориентированы на целевую аудиторию вашего бизнеса, внешние и внутренние ссылки позволят не только привлечь новых клиентов, но и ускорят процесс принятия решения о сотрудничестве с вашей компанией. Это, в свою очередь, будет служить дополнительным преимуществом перед конкурентами.

5. Продвижение вашего бизнеса на сайтах сети «Бизнес-Гид™».

Размещение подробных сведений о деятельности вашей компании на всех сайтах сети «Бизнес Гид» обеспечит дополнительные преимущества и широкую известность предлагаемых вами услуг. Всем пользователем сети будут доступны следующие данные:

- максимально полная номенклатура товаров (до 200 позиций);
- более 20 прайс-листов;
- публикация новостей вашей компании (до 40);
- публикация интересных и качественных рекламных статей.

Ресурсы сети «Бизнес-Гид™» позволяют разместить максимально полную информацию о деятельности вашей компании. Возможность постоянного обновления новостей, размещения seo-статей, позволит постоянно удерживать интерес к вашей компании у широкой аудитории посетителей Интернета. Размещение полной номенклатуры продукции и услуг позволяет потенциальным покупателям быстро определиться с заказом, а прайс-листы помогут получить необходимое в соответствии с финансовыми возможностями каждого покупателя. Таким образом, ваша компания будет ассоциироваться с

качеством, широкими возможностями и комфортными условиями сотрудничества. Следовательно, позитивно повлияет не только на первую покупку, но и на повторные обращения.

6. Участие во всех специальных акциях и получение дополнительных возможностей.

Бизнес-портал UA-REGION — постоянно развивающаяся структура. На Специалисты UA-REGION большое внимание уделяют комплексному развитию портала. Следовательно, все пользователи VIP-пакета «Максимальный бизнес рейтинг» получают возможность первыми воспользоваться новыми услугами, принять участие в специальных акциях и предложениях.

7. В качестве бонуса вы получаете наш электронный каталог на компакт-диске «Предприятия Украины. Полная база данных: более 386000 компаний».

Удобный пользовательский интерфейс, скорость обработки и ранжирования данных, уникальная система поиска, возможность печати, в том числе на конвертах и т.д. — все это позволит втрое сократить время, обычно затрачиваемое на поиск клиентов с использованием стандартных инструментов маркетолога. Кроме того, с данным компакт-диском будет удобно работать и в деловой поездке (в самолете, поезде), и в командировке (гостинице, чужом офисе), и на отдыхе — вообще в любом месте, где может не оказаться интернета или доступ к нему будет затруднен.

VIP-предложение «Максимальный бизнес рейтинг» — залог лидерства вашей компании в Интернет-среде. Раскрутка и продвижение вашего бизнеса с UA-REGION — быстрый результат за короткие сроки. Стоимость предложения — 9000 грн. на 1 год.

4.5 Пакет «Оптимальный»: Единая система деловой информации «Все предприятия Украины» <http://www.ua-region.info/esdi>

Пакет услуг Единая система деловой информации «Все предприятия Украины» (ЕСДИ) — это уникальный инструмент продвижения вашего бизнеса: комплексная программа, которая позволяет проводить быструю и надежную раскрутку компании в сети Интернет, обеспечить высокий коммерческий рейтинг, реализовать скрытые конкурентные преимущества, усилить позиционирование вашего бренда среди целевой аудитории.

Основываясь на серьезном (более 10 лет) опыте оказания услуг в сфере электронной коммерции, специалисты UA-REGION разработали единую квалифицированную систему методов, которая позволяет за прогнозируемый период времени гарантированно достигать необходимых результатов.

Фундаментом является постоянно обновляемая база данных предприятий Украины, которая на сегодняшний день содержит более 386 тысяч юридических и физических лиц.

В Единую систему деловой информации «Все предприятия Украины» входят такие популярные бизнес-порталы Украины, как UA-REGION.INFO, UA-REGION.COM, UA-REGION.COM.UA; сеть интернет-порталов под торговой маркой «Бизнес-Гид™»: BG.UA, BIZ-GID.RU, BIZ-GID.COM; интернет-проекты DLAB.COM.UA, DLAB.LVIV.UA, а также торговая марка «ПОШУК™» POSHUK.COM.

Суммарная посещаемость этих ресурсов составляет более 25000 уникальных посетителей в день. Это постоянная целевая аудитория с сформировавшимся ядром: представители крупного, среднего и мелкого бизнеса Украины и ближнего зарубежья. В наших ближайших планах также широкий охват англоязычной аудитории, а также стран Восточной Европы.

UA-REGION предлагает:

1. Высокий бизнес-рейтинг во всех бизнес-каталогах, как в сети Интернет, так и на компакт-дисках (4 звездочки):

Более выгодную позицию по отношению к конкурентам за счёт попадания в ТОП-10 при поиске по ключевым словам, характеризующим вашу коммерческую деятельность. Статистика свидетельствует, что 80% посетителей сети Интернет просматривают только первую страницу с результатами поиска, соответственно, гарантированное пребывание на вершине рейтинга обеспечит вам качественный скачок в притоке потенциальных клиентов.

2. Единый персональный профиль вашего предприятия на всех сайтах ЕСДИ.

В вашем персональном профиле UA-REGION разместит следующую информацию:

- Контактные данные (фактический и юридический адрес, сайт, электронная почта, телефоны, факс, ФИО указанных должностных лиц);
- Схема проезда на интерактивной карте вашего города;
- Ваш логотип, фирменный знак, графический бренд;
- Видеопрезентации, характеризующие деятельность вашей компании;
- Описание и изображения (фотографии) вашей продукции, товаров и услуг;
- Специально подобранные ключевые слова (теги, tags), характеризующие деятельность вашей компании;

Правильно составленный персональный профиль вашего предприятия имеет следующие преимущества перед отдельными сайтами-«визитками» и корпоративными блогами:

- Огромная суммарная посещаемость целевой аудитории
- Удобный пользовательский интерфейс (юзабилити), единый стиль и строгий дизайн
- Постоянное обновление, актуальность информации контролируется нашими специалистами
- Защита ваших персональных данных: в публичный доступ попадает

только та информация, которая действительно необходима для продвижения вашего предприятия и эффективной коммерческой деятельности в сети Интернет

3. Правильную индексацию вашего профиля поисковыми системами.

Для того чтобы обеспечить продвижение в сети Интернет, недостаточно просто разместить там свою информацию. Очень важно обеспечить "правильное" распознавание этой информации разнообразными каталогами и поисковыми системами. С этой целью специалисты UA-REGION проводят профессиональную индексацию вашего профиля в "ручном" режиме с учетом их (каталогов и поисковых систем) особенностей и алгоритмов.

4. Высокий рейтинг вашего корпоративного сайта в поисковых системах Google, Yandex, META.

Для достижения этой цели UA-REGION использует следующие методы и инструменты:

- Раскрутка путем размещения внутренних ссылок в нашей системе сайтов (до 50);
- Выбор и размещение ключевых слов (до 30);
- Покупка внешних ссылок на прочих ресурсах, наращивание «ссылочной массы» (до 20);
- Регистрация вашего профиля во всех бизнес-каталогах ЕСДИ.

Специалисты UA-REGION проведут мониторинг вашего корпоративного сайта, проанализируют состояние его контента (наполнения), дадут рекомендации по оптимизации и устранению возможных недостатков, составят рейтинг ключевых слов, которые наиболее полно отображают деятельность вашей компании и эффективно оказывают влияние на целевую аудиторию потребителей ваших товаров и услуг. Данные ключевые слова будут размещены в профиле вашей компании на всех сайтах, входящих в ЕСДИ.

5. Продвижение вашей компании в сети «Бизнес-Гид™».

На всех сайтах сети «Бизнес-Гид™» будет размещена следующая информация:

- Номенклатура вашей продукции, товаров и услуг (до 20);
- Ваши прайс-листы (до 5);
- Новости о деятельности вашей компании (до 20);
- Профессиональные статьи рекламного характера (до 20).

Размещение позитивно освещающих вашу деятельность материалов, написанных профессиональными копирайтерами, является одной из лучших технологий для улучшения вашего делового имиджа (PR).

6. В качестве бонуса вы получаете электронный каталог UA-REGION на компакт-диске «Предприятия Украины. Полная база данных: более 386000 компаний». Удобный пользовательский интерфейс, скорость обработки и ранжирования данных, уникальная система поиска, возможность печати, в том числе на конвертах и т.д. — все это позволит втрое сократить время, обычно затрачиваемое на поиск клиентов с использованием стандартных инструментов маркетолога. Кроме того, с данным компакт-диском будет удобно работать и в деловой поездке (в самолете, поезде), и в командировке (гостинице, чужом офисе), и на отдыхе — вообще в любом месте, где может не оказаться интернета или доступ к нему будет затруднен.

Сотрудничество с UA-REGION — оптимальный выбор, прогнозируемый результат. <http://www.ua-region.info/esdi>. Стоимость предложения — 1790 грн. на 1 год.

4.6 Пакет «Эффективный»: Целостный подход для стабильного продвижения бизнеса <http://www.ua-region.info/sp> 41

Пакет услуг «Эффективный» нацелен на достижение золотой середины в раскрутке и продвижении вашего бизнеса в сети Интернет. Предлагаемый UA-REGION набор методик сформирован с учётом специфики развития бизнеса в Украине и нацелен на быстрое и качественное продвижение сайтов. Планомерно увеличивая узнаваемость вашей компании в сети Интернет, UA-REGION активно влияет на её бизнес-рейтинг, что позитивно сказывается на динамике посещения вашего сайта и обеспечивает постоянный приток новых потенциальных клиентов. С помощью пакета услуг «Эффективный» можно не просто быстро раскрутить компанию, но и в течение длительного времени сохранить за ней достигнутые позиции.

Предложение UA-REGION — это проверенные временем методики, обеспечивающие не фрагментарный, а целостный подход по продвижению и раскрутке вашего бизнеса в сети Интернет. В то же время, уникальное соотношение "цена/качество" позволяет считать его удачным выбором для развивающихся предприятий.

UA-REGION предлагает:

1. Размещение профиля вашей компании во всех наших бизнес-каталогах в сети Интернет и на компакт-дисках с высоким бизнес-рейтингом (3 звездочки):

При поиске по ключевым словам, которые характеризуют вашу деятельность, ваша компания гарантированно окажется на 1-2 странице с результатами поиска. Соответственно, информацию о предоставляемых вами товарах и услугах будет легко найти всем заинтересованным в ней пользователям сети Интернет. Пакет услуг «Эффективный» способствует попаданию в ТОП-20 популярных поисковых систем и улучшает видимость компании в поисковой выдаче.

2. Размещение персонального профиля вашей компании на сайтах, которые входят в Единую систему деловой информации «Все предприятия Украины».

- Ваш персональный профиль будет содержать:
- название и логотип вашей компании;
- контактные данные (фактический адрес, почтовый индекс, URL сайта компании, номера телефонов и ФИО должностных лиц);
- карту с точными координатами фактического адреса;
- перечень и описание вашей продукции, товаров и услуг;
- фотографии вашей продукции, товаров и услуг;
- специально подобранные ключевые слова, характеризующие деятельность вашего предприятия (теги).

Профиль вашей компании будет размещён на украинских информационных бизнес-порталах, суммарная посещаемость которых превышает 25000 уникальных посетителей в день: UA-REGION.INFO, UA-REGION.COM, UA-REGION.COM.UA; сайте торговой марки «ПОШУК™» POSHUK.COM.

Правильно подобранная информация о вашей компании, доступная пользователям многих бизнес-каталогов, не только принесет вам дополнительную известность, но и подтолкнет потенциальных клиентов быстрее принимать решение о сотрудничестве. Достоверная контактная информация позволит им связаться с вами практически в режиме реального времени.

3. Правильную индексацию профиля вашей компании основными поисковыми системами.

Правильная индексация профиля вашей компании необходима для того, чтобы при поиске в сети Интернет по ключевым словам, характеризующим деятельность вашей компании, пользователи легко могли выйти на вас через все основные поисковые системы.

4. Помощь в укреплении позиции сайта вашей компании в поисковых системах Google, Yandex, META.

В рамках этого процесса мы предлагаем комплекс самых необходимых мер для повышения рейтинга:

- семантический анализ, подбор и размещение ключевых слов (до 20 тегов);
- продвижение и раскрутку вашей компании на страницах UA-REGION;
- размещение внутренних ссылок на профиль вашей компании на страницах UA-REGION (до 20 ссылок).

Специалисты UA-REGION квалифицированно выполняют SEO-оптимизацию и раскрутку сайта вашей компании в сети Интернет, используя весь свой многолетний опыт и самые последние информационные технологии.

5. Прекрасный инструмент для директ-маркетинга — электронный каталог на компакт-диске «Справочник предприятий Украины. Избранное». «Справочник предприятий Украины. Избранное» является результатом многолетнего труда по созданию электронного бизнес-каталога, содержащего только актуальную, достоверную и тщательно проверенную информацию. Качественное программное обеспечение, возможность обновления данных, удобный интерфейс, быстрый поиск по многочисленным критериям — всё это делает электронный каталог от UA-REGION великолепным инструментом для целей прямого маркетинга.

Портал UA-REGION в рамках пакета услуг «Эффективный» предлагает реализацию комплексных мер по продвижению и раскрутке бизнеса в сети Интернет. Стоимость предложения — 1290 грн. на 1 год.

4.7 Пакет «Бюджетный»: Экономное продвижение бизнеса в сети Интернет

Прекрасный инструмент для начала завоевания вашей компанией сети Интернет. Пакет услуг «Бюджетный» ориентируется как на молодые компании, так и на те, что уже давно и прочно закрепились на рынке. Этот пакет услуг был сформирован с учётом понимания, что малый, средний и крупный бизнес различается не только объёмами доходов, но и структурой деятельности, целями, возможностями. Предлагаемый пакет услуг позволит обеспечить уверенное продвижение компании, которая по той или иной причине выделяет на эти цели минимальный бюджет.

Многолетний опыт реализации проектов позволяет качественно раскрутить бизнес любого уровня и получить в процессе прогнозируемый результат при минимальных затратах со стороны клиента. Комплекс реализуемых методов не только укрепит положение вашего бизнеса на многочисленных интернет-ресурсах, но и привлечёт внимание целевой аудитории, поможет найти надёжных деловых партнёров. Использование современных информационных технологий по продвижению и оптимизации сайтов делает пакет услуг «Бюджетный» прекрасным инструментом для начала завоевания вашей компанией сети Интернет.

Предложение UA-REGION — это проверенные временем методики, обеспечивающие не фрагментарный, а целостный подход по продвижению и раскрутке вашего бизнеса в сети Интернет. В то же время, уникальное соотношение "цена/качество" позволяет считать его самым удачным выбором для развивающихся предприятий.

UA-REGION предлагает:

1. Размещение профиля вашей компании во всех бизнес-каталогах UA-REGION в сети Интернет с бизнес-рейтингом (2 звездочки):

Такой рейтинг обеспечит вашей компании, при поиске по тщательно подобранным ключевым словам, характеризующим деятельность вашего

бизнеса, гарантированное попадание на первые страницы результатов поиска наших бизнес-порталов.

Пакет услуг «Бюджетный» способствует попаданию информации о вашей компании на топовые страницы популярных поисковых систем Google, Yandex, META. Это означает, что с помощью поискового маркетинга можно активно привлекать ту аудиторию, которая уже сама заинтересована в приобретении ваших товаров и услуг.

2. Размещение персонального профиля вашей компании на сайтах, которые входят в Единую систему деловой информации «Все предприятия Украины».

Ваш персональный профиль будет содержать:

- название и логотип вашей компании;
- точные контактные данные (фактический адрес, почтовый индекс и URL сайта вашей компании, номера телефонов, ФИО ответственных лиц);
- карту с точными координатами фактического адреса;
- рекламные материалы;
- перечень вашей продукции, товаров и услуг;

Профиль вашей компании будет размещён на украинских информационных бизнес-порталах, суммарная посещаемость которых превышает 25000 уникальных посетителей в день: UA-REGION.INFO, UA-REGION.COM, UA-REGION.COM.UA; сайте торговой марки «ПОШУК™» POSHUK.COM.

Индивидуально составленный профиль будет отображать самую необходимую информацию, позволяющую клиентам получить общее представление о деятельности вашей компании, сделать предварительный вывод о необходимости будущего сотрудничества. Достоверные контактные данные, перечень товаров и услуг, текстовые рекламные материалы (созданные с учётом ключевых слов, используемых потенциальными клиентами для поиска в сети Интернет) — все это резко увеличит количество уникальных посетителей на сайте вашей компании, что, в свою очередь, позитивно отразится как на имидже, так и на финансовом благополучии вашего бизнеса.

3. Правильную индексацию профиля вашей компании основными поисковыми системами.

Правильная индексация профиля вашей компании необходима для того, чтобы при поиске в сети Интернет по ключевым словам, характеризующим деятельность вашей компании, пользователи легко могли выйти на вас через все основные поисковые системы.

4. Помощь в укреплении позиции сайта вашей компании в поисковых системах Google, Yandex, META.

В рамках этого процесса мы предлагаем комплекс самых необходимых мер для повышения рейтинга:

- семантический анализ, подбор и размещение ключевых слов (до 10 тегов)

- продвижение и раскрутку вашей компании на страницах UA-REGION
- размещение внутренних ссылок на профиль вашей компании на страницах UA-REGION (до 10 ссылок)

Наши специалисты квалифицированно выполняют SEO-оптимизацию и раскрутку сайта вашей компании в сети Интернет, используя весь свой многолетний опыт и самые последние информационные технологии.

5. В качестве бонусного приложения UA-REGION вышлет вам на компакт-диске электронный каталог «Справочник предприятий Украины. Избранное». Электронный бизнес-каталог содержит всю необходимую информацию об избранных предприятиях Украины. Он будет составлен для вас с учётом специфики деятельности вашей компании. Предоставляемая нами информация — актуальна и проверена на достоверность. Эргономичный интерфейс, быстрый поиск по многочисленным критериям, возможность вносить коррективы и самостоятельно расширять существующую базу данных — всё это делает «Справочник предприятий Украины. Избранное» универсальным помощником для любого бизнеса. Пакет услуг «Бюджетный» обеспечивает достижение хорошего результата при минимуме затрат. UA-REGION продвигает сайты быстро, качественно и надёжно. Стоимость предложения — 790 грн. на 1 год.

Сравнительная характеристика пакетов услуг. Размещение информации о вашем предприятии в сети Интернет <http://www.ua-region.info/pakety-uslug>

4.6 База данных по предприятиям Украины для вашей CRM-системы **<http://www.ua-region.info/crm-system>**

CRM системы. Общие сведения. Современный маркетинг невозможен без CRM-систем. Мониторинг рынка, анализ деятельности конкурентов, ценовые политики и другие виды маркетинговых исследований невозможны без наличия достоверной и актуальной клиентской базы данных. Всем знакомо выражение «слить базу данных», когда менеджер отдела продаж, уходя из компании, забирает с собой один из самых ценных ресурсов компании — клиентскую базу данных. Убытки компании в этом случае могут исчисляться миллионами долларов. Ведь уходят не просто имена, уходит вся технология, история взаимоотношений с клиентом: сколько времени потребовалось, чтобы завлечь клиента, какие рычаги влияния возымели на него эффект, анализ его финансовых возможностей (сколько продукции покупал и, соответственно, прибыли приносил) и многое другое. Ещё больший ущерб несёт компания, у которой отсутствует или теряется систематизированная база данных конкурентов и контрагентов (поставщиков, партнёров).

К сожалению, современная система образования не выпускает специалистов, способных создавать для нужд бизнеса качественные базы данных, исходя из специфических потребностей отдельно взятой компании.

Отсутствие аналитического мышления, способности структурировать, отличать достоверные сведения от ложных, неумение увидеть целостный образ электронного каталога, часто приводит к губительным последствиям. Кроме того, доступные и широко распространенные стандартные программы хороши для ведения домашней бухгалтерии, студенческих расчётов, но никак не для сложной процедуры маркетингового анализа. Именно поэтому бизнес-портал UA-REGION профессионально занимается созданием электронных баз данных. Ни одно украинское предприятие, оказывающее хотя бы минимальное влияние на рынок, не остаётся без нашего внимания. Более чем десятилетний опыт создания электронных бизнес-справочников разного уровня позволяет предложить вам набор полноценных профессиональных инструментов интернет-маркетинга. Одним из таких инструментов является CRM-системы.

Особенности украинского рынка требуют особого подхода и в управлении предприятием. Являясь ведущими специалистами в области создания баз данных, UA-REGION предлагает клиентам только лучшие решения, способные оказать позитивное влияние на состояние вашего бизнеса. Разработки UA-REGION, после тщательного тестирования и отладки, полностью автоматизированы и легко импортируются в любую, имеющуюся уже у вас базу данных. Для самых популярных из них нами были созданы плагины, ориентированные под конкретную CRM-систему.

4.7 Базы данных для Terrasoft **<http://www.ua-region.info/terrasoft-crm>**

Предоставляя услуги высокого качества в области создания баз данных по предприятиям Украины и раскрутке бизнеса в сети Интернет, UA-REGION сотрудничает только с профессионалами. Учитывая настоятельную необходимость в адекватной CRM-системе для современного бизнеса, мы предлагаем вашему вниманию продукцию российской компании «Terrasoft».

Многолетний упорный труд по созданию, внедрению, модернизации своих CRM-систем позволил компании «Terrasoft» по итогам конкурса «Лучший проект года в области управления взаимоотношениями с клиентами» от CRM TOP AWARDS выиграть в номинации «CRM системы, разработанные в России и странах СНГ», а также выиграть специальный приз за вклад в развитие отраслевых решений.

Если вам нужна CRM-система, но вы не знаете к какому разработчику обратиться — UA-REGION сделает это за вас. Имея налаженные партнёрские взаимоотношения с компанией АйТи-СФЕРА (Львов), которая специализируется на внедрении Terrasoft в Украине, UA-REGION поможет вам заключить наиболее выгодный договор, итогом которого станет работа с наиболее компетентными специалистами в этой отрасли, а также внедрение CRM-системы, оптимальной для структуры и деятельности вашей компании.

Для развёрнутых на платформе Terrasoft CRM-систем, бизнес-портал UA-REGION предлагает самые актуальные и полные базы данных предприятий Украины. Мы разработали автоматизированный процесс подготовки и импорта наших баз данных, благодаря которому обеспечивается максимально быстрое и эффективное наполнение CRM-системы необходимыми для работы данными (любая маркетинговая программа без наполнения базами данных бессмысленна).

Характеристика базы данных предприятий Украины для CRM-системы Terrasoft

1. База данных поставляется в форматах Access, Excel или в уже подготовленном виде для экспорта в CRM-систему Terrasoft.

2. Название и характеристика полей базы данных для использования в CRM-системе Terrasoft.

- Юридическое, фактическое название компании;
- Юридический, фактический, почтовый адреса предприятия (почтовый индекс в отдельном поле);
- Контактные телефоны предприятия: основной, дополнительные телефоны, факс, руководство, бухгалтерия (код и телефон являются отдельными полями БД);
- Адреса электронной почты, сайт в интернете;
- Руководитель, главный бухгалтер;
- Продукция и услуги предприятия по отраслевому классификатору видов экономической деятельности Украины (КВЕД);
- Торговые марки предприятия;
- Прочие дополнительные поля в т.ч. количество сотрудников, год основания, банковские реквизиты, время работы и другие.

3. Количество предприятий в базе данных: более 120000.

4.8 SugarCRM. База данных предприятий Украины для SugarCRM **<http://www.ua-region.info/sugarcrm>**

Успешная маркетинговая компания базируется на понимании необходимости построения открытых и грамотных взаимоотношений с клиентом. Анализ ценовой политики, мониторинг деятельности конкурентов, прямой маркетинг невозможны без использования профессиональной базы данных, содержащей информацию не только о клиентах и партнёрах, но и о конкурентах в том числе.

Базы данных, предоставляемые бизнес-порталом UA-REGION всегда создаются под условия конкретного бизнеса, всегда содержат полную, достоверную и актуальную информацию. Специализируясь на создании электронных справочников предприятий Украины, мы предлагаем импортировать наши базы данных в выбранную вами CRM-систему. Собранный UA-REGION электронный каталог украинских компаний позволит

вам начать работу с CRM-системой сразу же после её внедрения. Предоставляя достоверную и тщательно проверенную информацию, мы экономим усилия и время ваших сотрудников. Наши базы данных — это готовое решение, которое легко импортируется в любую CRM-систему.

Характеристика базы данных предприятий Украины для SugarCRM:

1. База данных поставляется в форматах Access, Excel или в уже подготовленном виде для экспорта в SugarCRM.
2. Название и характеристика полей базы данных для использования в SugarCRM :

- Юридическое, фактическое название компании;
- Юридический, фактический, почтовый адреса предприятия (почтовый индекс в отдельном поле);
- Контактные телефоны предприятия: основной, дополнительные телефоны, факс, руководство, бухгалтерия (код и телефон являются отдельными полями БД);
- Адреса электронной почты, сайт в интернете;
- Руководитель, главный бухгалтер;
- Продукция и услуги предприятия по отраслевому классификатору видов экономической деятельности Украины (КВЕД);
- Торговые марки предприятия;
- Прочие дополнительные поля в т.ч. количество сотрудников, год основания, банковские реквизиты, время работы и другие.

3. Количество предприятий в базе данных: более 120000. Стоимость базы данных предприятий Украины для SugarCRM — 4000 грн.

4.9 АпекСофт. База данных предприятий Украины для CRM-системы АПЕК CRM <http://www.ua-region.info/apec-crm>

Каждое развивающееся предприятие сталкивается с необходимостью использовать для улучшения эффективности работы большое количество упорядоченной коммерческой информации. Как мелкий, средний, так и крупный бизнес испытывают настоятельную потребность в актуальных и достоверных базах данных, отвечающих всем современным требованиям бизнеса и условиям деятельности конкретного предприятия. Именно поэтому бизнес-портал UA-REGION выбрал своим ключевым направлением создание профессиональных электронных баз данных. Более чем десятилетний опыт работы помог нам наладить партнёрские взаимоотношения с большим количеством IT-компаний, мы сотрудничаем с наиболее компетентными разработчиками CRM и предлагаем полностью автоматизированный процесс подготовки и импорта нашей базы данных украинских предприятий во все существующие на сегодня CRM-системы.

Внедрение CRM-систем на украинских предприятиях связано со многими трудностями, причём пассивное сопротивление персонала нововведению — не самая большая из них. Иностранные разработчики предлагают

высококачественные инструменты для контроля деятельности компании, которые, при всех их очевидных преимуществах, обладают существенным недостатком: не учитывают реалии украинского бизнеса. Конечно, всегда можно заказать разработчикам систему "с нуля", которая будет учитывать все нюансы работы и требования вашей компании, но итоговая стоимость такого проекта не оправдывает себя.

Не случайно лидирующее положение в сфере разработки и внедрения программного обеспечения, ориентированного на автоматизацию бизнес-процессов, занимает основанная в 1996 году украинская компания «АПЕК-СОФТ».

Характеристика базы данных предприятий Украины для АПЕК CRM:

1. База данных поставляется в форматах Access, Excel или в уже подготовленном виде для экспорта в АПЕК CRM.

2. Название и характеристика полей базы данных для использования в CRM-системе АПЕК CRM :

- Юридическое, фактическое название компании;
- Юридический, фактический, почтовый адреса предприятия (почтовый индекс в отдельном поле);
- Контактные телефоны предприятия: основной, дополнительные телефоны, факс, руководство, бухгалтерия (код и телефон являются отдельными полями БД);
- Адреса электронной почты, сайт в интернете;
- Руководитель, главный бухгалтер;
- Продукция и услуги предприятия по отраслевому классификатору видов экономической деятельности Украины (КВЕД);
- Торговые марки предприятия;
- Прочие дополнительные поля в т.ч. количество сотрудников, год основания, банковские реквизиты, время работы и другие.

3. Количество предприятий в базе данных: более 120000. Стоимость базы данных предприятий Украины для АПЕК CRM — 4000 грн.

4.10 Разработка CRM «под ключ». База данных предприятий Украины для любой системы маркетинга <http://www.ua-region.info/crm-system>

Если вы затрудняетесь с выбором CRM-системы или опасаетесь, что существующие стандартные конфигурации не подойдут вашему предприятию, UA-REGION поможет вам привлечь своих партнеров — лучших разработчиков CRM-систем «под ключ» под ваши требования и конкретные задачи вашего бизнеса.

4.11 Внедрение CRM-систем <http://www.ua-region.info/crm-system>

Выражение «Клиент всегда прав» появилось не случайно. Удерживать постоянных клиентов, повышать их лояльность, значительно проще и дешевле, чем постоянно искать и находить новых. А потеря постоянного покупателя, недовольного качеством предоставляемых услуг или невнимательным к себе отношением, часто не только делает брешь в финансовой отчетности компании, но и наносит непоправимый удар по её имиджу и репутации.

Взять хотя бы самую простую ситуацию: вы приобрели свитер. Вы были уверены в качестве, поскольку доверяли торговой марке компании производителя. В день покупки вы радостно сообщили о приобретении семье и нескольким друзьям. Одели его пару раз и отправили в стирку. После чего свитер, скажем, полинял или потерял форму. Степень вашего расстройтва будет обратно пропорциональна удовольствию от его покупки. Причём своим огорчением вы поделитесь буквально со всеми, кого встретите в этот день, начиная от семьи и соседей, заканчивая сослуживцами и друзьями.

Кроме того, полученный негативный опыт будет всплывать всякий раз, когда кто-то будет советоваться с вами по поводу выбора одежды той или иной торговой марки. По сути, делиться негативом – это неискоренимый инстинкт. Предупреждать сородичей об опасности было важно для выживания человечества в первобытные времена. И если компания игнорирует эту базовую психологическую особенность потребителей, она будет нести огромные убытки. То, что один человек откажется от ваших услуг — это плохо, а то, что он отвратит от вас 20-30 потенциальных покупателей — это уже катастрофа. И если для компаний в розничной торговле такие ситуации можно исправить, введя на рынок новый бренд, или создав новую агрессивную рекламную компанию, или изменив упаковку товара, то для промышленных предприятий и всех, кто работает на рынке B2B (англ. Business-to-Business, «бизнес-для-бизнеса»), это может стать причиной разорения. Поскольку успешность подобной компании, прежде всего, строится на доверии к её продукции.

Если вы продали компрессор для производства мороженого и он «встал» в самый разгар летнего сезона, или же вы не вовремя поставили запасные детали для конвейера, который пришлось из-за этого остановить, то выплачивать неустойку вам придётся не только за простой машины, но и за её запуск, который обычно обходится недешево. И самое главное, после этого происшествия вы можете просто потерять постоянного клиента. А так как любой сегмент рынка B2B — всегда достаточно тесное сообщество, где все друг друга хорошо знают и ищут партнёров на долгосрочную перспективу, то потеря репутации может быстро обернуться банкротством.

Негативный исход зачастую является результатом цепи мелких недочётов и оплошностей персонала. Кто-то недоглядел, что-то пустили на самотёк, немного недоделали там, чуть-чуть недосмотрели тут. И хорошая идея, которая могла бы стать прорывом и принести огромную прибыль на глазах превращается в мыльный пузырь. Именно поэтому грамотные руководители

считают внедрение CRM-системы единственным способом адекватно контролировать бизнес-процессы у себя на предприятии.

Образно говоря, CRM-система — это инструмент, результаты которого максимально дистанцированы от субъективной оценки. Например, бытует мнение, что менеджер по продажам должен быть активным, коммуникабельным, уметь презентовать себя и т. д. Многие руководители совершают ошибку, принимая умение «пускать пыль в глаза» как доказательство компетентности продавца, забывая о том, что оценивать человека этой специальности нужно исключительно по результату его деятельности. Нередки ситуации, когда тихий и спокойный человек, не умеющий «втюхивать» товар, приносит компании больше прибыли, чем шустрый манипулятор, просто потому, что клиенты ему доверяют. Но поддаться обаянию общительного сотрудника легче, чем разглядеть высокий профессионализм в невзрачном труде. Особенно если учесть, что сотрудников в отделах продаж, как правило, много, а руководитель всегда один. А вот CRM-систему нельзя обаять и покорить красноречием. Она демонстрирует реальный результат работы каждого сотрудника на любом этапе его взаимодействия с клиентом.

Современные CRM-системы являются многопрофильными и многозадачными инструментами маркетинга. Они дают возможность автоматизировать бизнес процессы, поставить под полный контроль финансовые потоки, с лёгкостью справляются со складской и транспортной логистикой, контролируют загруженность персонала, планируют задачи, позволяют контролировать реализацию проекта и многое другое. Но самое главное, они все реализуют главную идею современного маркетинга: бизнес для клиента. Контроль взаимоотношений с клиентом означает, что вся информация, касающаяся его личности и проводимой с ним работы, будет фиксироваться. Казалось бы, привычные для директ-маркетинга рассылки уже малоэффективны. Но представьте простую ситуацию: у вашего клиента день рождения. Но клиент — одинок, не имеет семьи, а друзья забыли поздравить. И вот он получает от вашей компании открытку с поздравлением. Казалось бы — пустяк, он прекрасно осознаёт, что система автоматизирована, но игнорировать это он просто не сможет потому, что этот маленький знак внимания был совершен в нужном месте и в нужное время. Клиент становится более лояльным, для вас повышается шанс покупки.

Или другой распространённый случай. Например, вы специализируетесь на производстве дорогой косметической продукции, которую реализуете через сеть интернет-магазинов. Вы наладили рекламу, доставку, клиенты вам доверяют. Но менеджер считает, что порог продаж достигнут, и совершает ошибку. А вот если бы у него была CRM-система, это позволило бы ему заранее провести анализ покупок каждого клиента и выяснить, что именно покупается чаще всего и с какой периодичностью совершаются повторные покупки. Результаты можно использовать как дополнительное предложение ("вы всегда покупаете шампунь с ароматом розы, попробуйте мыло или крем для рук с аналогичным запахом") или, в качестве превентивного предложения.

Обычно мы приобретаем такие товары, после того, как они уже заканчиваются, и каждый раз переживаем неудобства, связанные с отсутствием нужных вещей. Поэтому, предупредив потребность клиента и отправив ему по электронной почте предложение приобрести товар заранее, мы не только приятно удивим его своим вниманием, но и избавим от лишних неудобств. Благодарность не заставит себя ждать, и будет выражена для вас в денежном эквиваленте. И таких простых примеров можно привести десятки.

За долгие годы работы в сфере электронной коммерции и сотрудничества с многочисленными украинскими компаниями, UA-REGION прекрасно осознал, насколько необходима для бизнеса сегодня профессиональная CRM-система. Специально для популярных в Украине CRM-систем UA-REGION разработал автоматизированный процесс создания и импорта базы данных украинских предприятий. Созданные нами плагины используются лидером российского рынка CRM-систем — компанией Terrasoft, украинскими разработчиками АПЕК-Софт и продукцией компании, имеющей мировое признание — SugarCRM. Благодаря возможности легкого импорта базы данных предприятий Украины от UA-REGION, вы сможете начать эффективно использовать выбранную CRM-систему с самого начала её внедрения на вашем предприятии. Кроме того, UA-REGION может подготовить базу данных под индивидуальный заказ и собрать для вас всю информацию, в которой вы нуждаетесь. Сотрудничая с профессиональными программистами и разработчиками, UA-REGION готов помочь вам как выбрать для вашей компании наиболее подходящую CRM-систему, так и разработать её «под ключ», используя наши партнёрские отношения с компанией АйТи-Сфера.

4.12 Размещение рекламы на сайтах. Контекстная реклама. Размещение ссылок <http://www.ua-region.info/reklama>

О том, что реклама является весьма эффективным двигателем бизнеса, знают все. Но как заставить ее работать в виртуальном мире? — Очень просто, обращайтесь в UA-REGION. Реклама на сайтах UA-REGION позволит вам сделать мощный рывок в своей деловой сфере. Десятки тысяч посетителей порталов UA-REGION увидят вашу рекламу, а многие станут вашими клиентами.

Реклама может быть размещена в виде баннеров. Яркие и оригинальные, они будут привлекать посетителей на ваш сайт. Баннеры содержат минимум текста, но он должен быть емким и содержательным. Обычно, это одно-два предложения или лозунг.

Другой эффективный способ привлечения потенциальных клиентов — контекстная реклама. Ее главная особенность в том, что демонстрируется она не всем, а только действительно заинтересованным посетителям, которые ищут информацию схожей тематики.

Более того, вам доступен еще один способ рекламы своего сайта и, соответственно, товаров и услуг — размещение ссылок.

Все способы рекламы, которые мы предлагаем, отличаются

эффективностью и долгосрочностью. Вы платите за результат. Рекламная компания создается индивидуально для каждого заказчика, что гарантирует ее успешность. Мы предоставляем реальную возможность повысить свою популярность за минимальную оплату. Каждый клиент получает доступ к подробной статистике и может сам определить для себя наиболее действенный способ рекламы.

Реклама на наших сайтах — надежный способ продвинуть свое дело и повысить свою популярность. Современные подходы к организации позволяют максимально усилить эффективность рекламной кампании. Только полная отдача гарантирует успех. Мы поможем вам его достичь. Разместить рекламу на сайте — верное решение и реальная перспектива. В сеть сайтов UA-REGION на сегодняшний день входят: украинские информационные бизнес-порталы UA-REGION.INFO, UA-REGION.COM, UA-REGION.COM.UA; торговая марка «ПОШУК»™ POSHUK.COM; сеть интернет-порталов торговой марки «Бизнес-Гид»™: BG.UA, BIZ-GID.RU, BIZ-GID.COM; интернет-проект DLAV.COM.UA.

4.13 Прямой маркетинг. Базы данных для директ-маркетинга **<http://www.ua-region.info/dm>**

Каждый производитель стремится реализовать, как можно больше своего товара. Наилучшим помощником в этом деле может стать прямой маркетинг (Direct Marketing). Он подразумевает общение напрямую, при котором производитель вступает в активный диалог с потенциальным покупателем. В результате такого общения, устанавливается позитивный контакт, и как следствие, приобретается товар.

Связь, налаженная благодаря приемам директ-маркетинга настолько прочна, что потребитель снова и снова будет возвращаться к вам, как к единственному производителю и совершать многократные покупки. Более того, довольный клиент будет делиться своими впечатлениями от приятного сотрудничества со своим окружением, с людьми, которые тоже захотят приобретать именно вашу продукцию и только ее.

Стремитесь использовать данную технологию на собственном предприятии. Помните, что первым шагом, следует определить свою целевую аудиторию и выяснить координаты для связи персонально с каждым. Это наиболее кропотливый и трудоемкий участок работы. Для того чтоб вы не тратили драгоценного времени и переходили сразу к следующему этапу, UA-REGION предлагает вам готовые базы данных клиентов для директ-маркетинга. Имея на руках эту информацию, вы сможете организовать почтовую рассылку, в том числе и электронную, телефонный обзвон, или посетить потенциального покупателя лично.

Хороший эффект может быть достигнут рассылкой каталогов. Привлекательные цветные иллюстрации и интересные описания обязательно

завладеют вниманием адресатов, провоцируя их на совершение покупки. Максимальная отдача обеспечивается прямыми продажами. Но здесь многое зависит от мастерства и обаяния продавца.

В любом случае, прямой маркетинг позволяет подчеркнуть значимость каждого конкретного клиента. Людям приятно персональное обращение. Они ощущают свою важность и с большим вниманием относятся к предложениям продавца. Приобретение готовой базы данных для интернет-маркетинга — отличный старт для продолжительных продуктивных отношений с новыми клиентами. Это ваш реальный шанс выйти на новый уровень в бизнесе и занять там позиции лидера.

4.15 Выводы главы 4

1. Раскрутка корпоративного бизнеса в сети Интернет является профильным направлением бизнес-портала UA-REGION. Учитывая различные цели и потребности малого, среднего и крупного бизнеса UA-REGION создал уникальные пакеты услуг, которые смогут принести пользу каждому клиенту: пакет «VIP»: Максимальный бизнес рейтинг; пакет «Оптимальный»; пакет «Эффективный»; пакет «Бюджетный». В монографии представлено подробное описание и анализ предлагаемых UA-REGION пакетов услуг. Каждый пакет предлагает: Высокий рейтинг в бизнес каталогах UA-REGION; Размещение наиболее полного профиля вашей компании на всех сайтах, входящих в Единую систему деловой информации «Все предприятия Украины»; Обеспечение индексации профиля вашей компании популярными поисковыми системами. Достижение максимального рейтинга вашей компании в самых популярных поисковых системах (Google, Yandex, META); Продвижение вашего бизнеса на сайтах сети «Бизнес-Гид™»; Участие во всех специальных акциях и получение дополнительных возможностей; Получение бонуса - электронного каталога на компакт-диске «Предприятия Украины. Полная база данных: более 386000 компаний».

2. UA-REGION предлагает своим клиентам воспользоваться тщательно структурированной системой, в основе которой лежит самая полная база данных предприятий Украины. На сегодняшний день в ней зарегистрировано более 386000 юридических и физических лиц, что позволяет получить полную информацию о деятельности конкурентов в интересующей отрасли, о существующих компаниях, сотрудничество с которыми принесёт пользу для развития бизнеса. В свою очередь, благодаря регистрации в столь обширном бизнес-каталоге, информация о вашей компании будет доступна всем потенциальным партнёрам и клиентам. Доступность и краткость информации, размещённой в электронных базах данных, широкие возможности поиска по различным отраслям и регионам Украины, — обеспечат лёгкость нахождения вашей компании. А полнота и актуальность сведений помогут привлечь новых клиентов, улучшить имидж и продемонстрировать конкурентам силу своих позиций.

3. Разработки UA-REGION, после тщательного тестирования и отладки, полностью автоматизированы и легко импортируются в любую, имеющуюся уже базу данных. Для самых популярных из них UA-REGION были созданы плагины, ориентированные под конкретную CRM-систему ведущих фирм разработчиков: Базы данных предприятий Украины для CRM компании «Terrasoft»; SugarCRM; АПЕК CRM. Кроме того, UA-REGION поможет разработать CRM «под ключ» и внедрить ее для вашего бизнеса.

4. Реклама на сайтах UA-REGION позволит вам сделать мощный рывок в своей деловой сфере. Десятки тысяч посетителей порталов UA-REGION увидят вашу рекламу, а многие станут вашими клиентами. Реклама размещается на сайтах в виде баннеров. Яркие и оригинальные, они будут привлекать посетителей на ваш сайт.

5. Каждый производитель стремится реализовать, как можно больше своего товара. Наилучшим помощником в этом деле может стать прямой маркетинг (Direct Marketing). Он подразумевает общение напрямую, при котором производитель вступает в активный диалог с потенциальным покупателем. В результате такого общения, устанавливается позитивный контакт, и как следствие, приобретается товар. Связь, налаженная благодаря приемам директ-маркетинга настолько прочна, что потребитель снова и снова будет возвращаться к вам, как к единственному производителю и совершать многократные покупки. Более того, довольный клиент будет делиться своими впечатлениями от приятного сотрудничества со своим окружением, с людьми, которые тоже захотят приобретать именно вашу продукцию и только ее. Помните, что первым шагом, следует определить свою целевую аудиторию и выяснить координаты для связи персонально с каждым. Это наиболее кропотливый и трудоемкий участок работы. Для того чтоб вы не тратили драгоценного времени и переходили сразу к следующему этапу, UA-REGION предлагает вам готовые базы данных клиентов для директ-маркетинга. Имея на руках эту информацию, вы сможете организовать почтовую рассылку, в том числе и электронную, телефонный обзвон, или посетить потенциального покупателя лично.

6. В итоге можно сделать заключение, что использование предлагаемых UA-REGION сервисов по раскрутке и продвижению бизнеса значительно увеличит эффективность бизнеса, в частности на горных предприятиях, если они используют имеющиеся наработки и базы данных UA-REGION. Однако, вначале нужно понять технологию Интернет коммерции, ее инструменты и возможности. Об этом пойдет речь в следующей главе монографии.

РАЗДЕЛ 5

ПОВЫЩЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

5.1 Эволюция в сфере сайтостроения, системы управления контентом

Нет сомнений в том, что работа современного менеджера, маркетолога или финансиста в настоящее время связана с сетью Интернет, главными элементами которой являются сайты. Да, эти специалисты не должны быть профессиональными дизайнерами, у них и без этого работы достаточно, но эта работа требует использования информационных систем, в которых все чаще применяются Интернет технологии, поэтому современный экономист должен обучиться теоретическим основам и овладеть практическими навыками эксплуатации современных динамических сайтов коммерческого назначения, которые построены с использованием промышленных систем управления контентом (CMS – Content management Systems). Эти знания и умения понадобятся экономисту, например, для правильного принятия решения о выборе оптимальной структуры информационной системы по критерию максимальной эффективности, менеджеру – для моделирования и управления бизнес процессами, а маркетологу – для увеличения объемов продаж и работы с заказами и клиентами. Обо всем этом пойдет речь в настоящем разделе.

5.1.1 Проблемы статических WEB-сайтов, которые привели к появлению CMS

Статический сайт – это набор HTML-страниц, взаимосвязанных друг с другом гиперссылками. С самого начала все WEB-сайты были статическими. Отрицательные особенности таких сайтов следующие:

Смещение дизайна и контента. Каждая страница кроме содержательной информации включает своё обрамление — «шапку» сайта, навигационное меню, служебные ссылки для удобного перемещения и др. Поэтому на страницах, отображающих конкретные документы, и контент, и дизайн, причем, как дизайн самого документа, так и сайта в целом идут вперемежку. Негативных следствий отсюда – масса: сложность публикации новых документов, редактирование уже существующих документов — все они должны оформляться надлежащим образом с учетом стилевых особенностей и включением стандартного обрамления. Обычно на современных сайтах на каждый содержательный документ имеется несколько ссылок: в тематическом разделе, в общем индексе и, наконец, на первой странице. Поэтому публикация документа — это не только добавление страницы, но и изменение нескольких других страниц, что в разы увеличивает трудоемкость и повышает риск испортить дизайн.

Проблемы отсутствия динамики. В каком виде был составлен документ, в таком вы его и получите, никакого интерактива:

- ✚ Отсутствует регистрация и аутентификация. Сайт должен давать возможность узнавания посетителей, поддерживать механизмы учета – чтобы владелец сайта знал запросы посетителей;
- ✚ Невозможность деления пользователей на разные группы с разными правами доступа к информации (например, случайные посетители, клиенты, сотрудники, администратор);
- ✚ Отсутствие возможности персонализации. Персонализация – возможность настроить сайт для каждого пользователя индивидуально, разделить права пользователей по доступу к информации. Допустим, для оптовых клиентов одна информация, для розничных другая и при этом, у каждого пользователя сайт настроен под его потребности;
- ✚ Форумы, гостевые книги, чаты – всё, что способствует общению аудитории сайта как между собой, так и с владельцами сайта;
- ✚ Интеграция с электронной почтой – автоматизированная подписка на новости, прайс-листы, обновления;

Все эти вещи в принципе неосуществимы в технологии статических сайтов, и здесь не обойтись без программирования.

Сложности с обновлением информационного наполнения сайта:

- ✚ Сайт без регулярных и оперативных обновлений проигрывает конкурирующим проектам. В случае статичного сайта, информацию для публикации надо утвердить, передать программисту (веб-мастеру). Обновление информации на статичном сайте намного дороже, чем на динамическом, так как нужен человек, который хорошо знает HTML-код и может опубликовать информацию, возможно и не один.
- ✚ При создании каждой страницы человек будет создавать макет с учетом фирменного стиля сайта, выдерживать дизайн. При публикации документа (например, новость) придется изменять не только эту страницу, но и добавлять ссылки на другие страницы (на новый документ), изменять, удалять. Таким образом, для публикации одной новости, придется изменить 4-5 страниц (как минимум). А представьте, что нужно добавить новый раздел. Вам нужно поставить ссылку на этот раздел, на каждой странице. А страниц на сайте уже, допустим 500, которые и придется все изменять. А что Вы будете делать, если Вы решите изменить весь дизайн сайта? Нужно будет полностью переделывать все страницы. Можно сказать – весь сайт нужно будет делать с нуля. Долго, трудоёмко, невыгодно.

Преимущества динамических WEB-сайтов:

- ✚ Контент динамических сайтов уже хранится не в виде готовых HTML-страниц, а в базе данных, либо в «плоских файлах», отображается же «на лету», по запросу пользователя. Существует несколько общепризнанных

языков и систем программирования для разработки таких сайтов — PHP, Perl, ASP.

- ✚ Программным путем может быть создан скелет сколь угодно сложного, гибкого сайта (запрограммировать можно все), но как только начинается программирование, порог сложности задачи сразу возрастает. В цепочке процесса разработки сайта вводится новый персонаж — программист, усложняется процесс постановки задачи и увеличивается цена ошибок постановки.
- ✚ При подобном подходе практически не разделяются дизайн и функциональные возможности, поэтому изменение дизайна является проблемой, требующей совместной работы дизайнера и программиста, а изменение структуры или навигации может привести к необходимости изменения структуры данных и почти полного перепрограммирования самого сайта. Еще один плюс динамических веб-систем — относительно легкая модернизация, возможность недорогого развития. Допустим, если у Вас уже разработан сайт, с использованием базы данных, поиск по этому сайту будет сделать достаточно просто. Если сайт состоит из множества страниц или он должен часто обновляться — преимущество динамической структуры становится очевидным. Разработчикам сайта не надо переписывать всю страницу при изменении наполнения или дизайна.
- ✚ Отделение дизайна от контента является главной отличительной особенностью динамических сайтов от статических. На этой основе возможны дальнейшие усовершенствования структуры сайта, такие как определение различных пользовательских функций и автоматизация бизнес-процессов, а самое главное, контроль поступающего на сайт контента.
- ✚ Статические сайты архаичны, сложны в поддержке, обновлении, не подходят для сложных структур данных. Динамические же сайты выдвигают новые требования к сайтостроителям — добавляется WEB-программист, что опять же накладывает новые требования и увеличивает расходы. Есть и третий вариант решения проблемы создания качественного сайта — это использование CMS.

5.1.2 Что такое CMS

Аббревиатура CMS расшифровывается как «Content Management Software» (программное обеспечение для управления содержимым). В нашей стране принято последнюю букву «S» расшифровывать как «System», а CMS переводится как «Система управления контентом». Английское слово content означает «нечто, содержащееся внутри» и применительно к письменным работам обычно входит в словосочетание table of contents — содержание, перечень разделов (скажем, книги). Отличительная черта контента состоит в том, что он конструируется из отдельных кусочков — графиков, документов (в том числе отчеты, ведомости и т.д.), звуковых и видео-файлов. Иногда

употребляется более простое название – «движок сайта».

CMS появились не так давно. Первой системой принято считать Vignette, которая появилась на западе в 1995 году. В нашей стране решения по управлению контентом появились значительно позже.

История управления контентом началась с управления документами в классическом понимании этого слова – текстовыми файлами. По мере развития понятия «документ», системы управления документами стали называть системами управления контентом, подчёркивая способность таких систем управлять информацией независимо от формы ее представления, а также отделить информацию-контент от документа-формы. Однако абстрактно управлять информацией невозможно — она обязательно должна быть представлена в какой-либо форме. Пытаясь управлять контентом, мы неизбежно приходим к управлению документами. Системы управления контентом, действительно, «научились» разделять управление документами (хранение, изменение и т.п.) и их представление конечному пользователю. Но они все-таки управляют документами в какой-то форме, а не информацией.

Само понятие «управление контентом» первоначально прочно ассоциировалось с процессом публикации и обновления информации на Web-сайтах — требовалась технология, позволяющая следить за ее актуальностью. Поэтому в качестве синонима content management часто используют термин Web content management. В результате термин content management расширился: им стали обозначать управление не только информацией на сайте, но и всеми разрозненными и разнообразными фрагментами корпоративной информации. Есть и другие определения. Скажем, в энциклопедии Wikipedia системой управления контентом названа система, применяемая для организации и упрощения совместного создания содержимого.

Необходимость систем управления для владельцев сайтов начала проявляться в тот момент, когда количество материалов на веб-сайтах начало стремительно расти. Это привело к тому, что традиционные «ручные» технологии разработки и поддержки сайтов, когда сайт состоял из статических страниц и набора дополнительных специализированных скриптов, стали не успевать за быстро меняющимися условиями бизнеса. Ввод данных на сайт требовал (как минимум) знания технологий HTML/CSS верстки, изменения структуры сайтов были сопряжены с каскадным изменением большого количества взаимосвязанных страниц. Различные автоматизированные механизмы, вроде гостевых книг и новостных лент, внедренные на сайтах как отдельные скрипты и, как правило, написанные разными специалистами, перестали удовлетворять требованиям безопасности. На многих сайтах стали появляться коктейли из разных технологий и подходов к разработке, поэтому возникла потребность в стандартизации программных решений, в разделении дизайна и содержимого на две независимые составляющие.

CMS действительно разделяют сайты на две составляющие: дизайн (внешний вид сайта в целом, отдельных страниц, конкретных блоков информации) и контент. Дизайн сайта, как правило «зашит» в шаблоны и изменяется значительно реже, чем контент.

CMS открывают изобилие технических возможностей в создании динамических веб-ресурсов. Все серьезные сайты, содержащие большой объем информации и требующие постоянного ее обновления, используют системы управления контентом. Это и поисковые машины, и новостные серверы, и разнообразные каталоги. С помощью данных систем можно с легкостью добавлять разделы, размещать иллюстрации, управлять рассылками, публиковать закрытую информацию, доступ к которой есть только у определенных групп пользователей.

Основные функции CMS. Система управления контентом – это программный комплекс, позволяющий автоматизировать процесс управления как сайтом в целом, так и его элементами:

- ✚ макетами страниц,
- ✚ шаблонами вывода данных, структурой,
- ✚ информационным наполнением,
- ✚ пользователями и правами доступа.

Кроме того, CMS предоставляют дополнительные сервисы:

- ✚ списки рассылки,
- ✚ ведение статистики,
- ✚ поиск, средства взаимодействия с пользователями и т. д.

Обычно системы обновления делятся на две части: внешнюю – набор HTML-страниц, генерируемых при вызове страниц из браузера посетителя сайта и внутреннюю – систему администрирования. Обе части обычно используют общее хранилище данных, в роли которого, как правило, выступает реляционная база данных (иногда встречаются другие виды хранилищ, например XML-документы или даже текстовые файлы).

В хранилище помещается информация, содержащаяся на сайте (собственно контент), а также информация, описывающая его (макеты страниц, структура, права доступа и пр.). При вызове страницы скрипт, который должен эту страницу вывести, в зависимости от полученных параметров выбирает из базы данных необходимую информацию (какое содержимое показать, какие ссылки поставить, как это все расположить и т.д.) и генерирует HTML-документ, который и подается браузеру. Помимо этого обязательно имеется интерфейс к базе данных, реализующий систему администрирования, которая при авторизованном доступе позволяет изменять содержание и структуру сайта. Перечислим основные функции CMS, и сделаем некоторые пояснения:

- ✚ Создание — предоставление авторам удобных и привычных средств создания контента.
- ✚ Управление — хранение контента в едином репозитории. Это позволяет следить за версиями документов, контролировать, кто и когда их изменял, убеждаться, что каждый пользователь может изменить только тот раздел,

за который он отвечает. Кроме того, обеспечивается интеграция с существующими информационными источниками и ИТ-системами. CMS поддерживает контроль за рабочим потоком документов, т.е. контроль за процессом их одобрения. Короче говоря, управление контентом включает в себя хранение, отслеживание версий, контроль за доступом, интеграцию с другими информационными системами и управление потоком документов.

- ✚ Публикация — автоматическое размещение контента на терминале пользователя. Соответствующие инструменты автоматически «подгоняют» внешний вид страницы к дизайну всего сайта.
- ✚ Представление — дополнительные функции, позволяющие улучшить форму представления данных; например, можно строить навигацию по структуре репозитория.
- ✚ Практически все современные CMS предлагают сходные возможности, однако при желании их можно классифицировать по уровню задач, которые способны выполнять эти системы. Ниже приведены основные возможности современных систем управления сайтами, а так же их достоинства и недостатки в использовании.

Качественные показатели CMS. Современная качественная CMS должна обладать следующими характеристиками:

1. Простая инсталляция.
2. Быстрый старт.
3. Качественная документация.
4. Разделение администрирования и управления содержанием.
5. Уникальность.
6. Гибкость использования. Расширяемость. На одном «движке» могут одинаково комфортно размещаться:

Сайт-визитка. Предназначен для справочной поддержки клиентов, анонсирования информации о предлагаемых товарах и услугах. Подобные сайты позволяют фирмам добиться ощутимой экономии за счет сокращения рекламы в обычных средствах массовой информации. Персонализированные клиентские и партнерские сайты;

Интернет-магазин. Сайт, представляющий собой систему торговли через Интернет, а также системы сопряжения с автоматизацией учета через БД.

Информационный портал. Сайт, имеющий сложную внутреннюю структуру.

7. Структура данных различного типа. На сайте, обслуживаемом CMS, должны отображаться документы различных типов. Страницы сайта могут быть различны не только по содержанию, но и по дизайну, но и по структуре.
8. Простота и прозрачность системы.
9. Любая CMS должна иметь удобный и гибкий интерфейс.

Легкая навигация и интуитивно понятный интерфейс должны позволять работать пользователю любого уровня квалификации. Для редактирования содержимого страницы необходимо присутствие редактора WYSIWYG.

10. Адаптация для SEO

Search Engine Optimization – поисковая оптимизация. Сюда входит оптимизация HTML-кода, структуры, контента сайта и внешних факторов с целью поднятия его в поисковых системах. Оптимизация и продвижение сайта представляет собой комплекс работ по повышению рейтинга сайта в поисковых системах. Помимо стандартных возможностей по ручной установке ключевых слов и заголовков для любого элемента сайта (от страницы до товара, что используют далеко не все системы), CMS максимально эффективно генерирует дружественные ссылки.

11. Поддержка продукта. Простота обновлений.

Любая система управления содержит уязвимости, и зачастую администраторы забывают про обновления системы управления, что может стать причиной взлома сайта и всего сервера. Обновления системы управления является достаточно непростой процедурой и большинство систем управления не позволяют осуществить обновление автоматически – требуется их доработка вручную, что вызывает боязнь обновлений системы. Эту проблему возможно решить только при помощи системы автоматических обновлений. В большинстве систем управления автоматические обновления осуществляются частично по запросу администратора из системы управления.

12. Ориентировка на web 2.0

Хорошая CMS должна давать возможность использования в контент-менеджменте всего многообразия медиа-форматов.

13. Безопасность

Сюда входит стойкость к SQL-injection, XSS-скриптингу, защита от подмены передаваемых параметров. Обязательна возможность осуществления резервного копирования и восстановления данных. Защита от флуда – графическая или математическая каптча на выбор, анализатор поведения клиентов с отсеиванием ботов. Возможно ограничение на количество ссылок в одном сообщении, контроль флуда, бан ip и вести «черный список» рекламируемых сайтов, а также фильтровать сообщения по подстроке. Борьба со спамом в интернете на данный момент ведется только в одном месте — комментарии к публикациям. Компонентов комментариев достаточно много, и о таковых, без поддержки captcha я не слышал (разве что очень древние и не используемые на данный момент). На этом собственно борьба со спамом заканчивается. Наибольшую же эффективность в борьбе со спамом можно добиться с помощью т.н. капчи — картинки с набором символов. В этом случае ставится полный заслон от автоматических спам-роботов.

14. Usability.

Наиболее привычными и понятными является пользовательские интерфейсы, напоминающие Проводник Microsoft Windows.

Рассуждая о CMS, следует учитывать, что зачастую от пользователей этого класса программного обеспечения не требуется специальных технической квалификации. Хотя, любой пользователь, являясь живым человеком, не застрахован от совершения ошибок в своей работе. Хорошая CMS либо не должна допускать подобных ошибок, либо обязана сообщать о них. Обязательно CMS иметь специальные средства отмены последних операций.

5.1.3 Эволюция в сфере корпоративного сайтостроения

Корпоративный сайт — это веб-ресурс, представляющий в сети Интернет интересы и результаты деятельности любой бизнес-структуры: компании, агентства, предприятия, банка или холдинга.

За последнее десятилетие сфера корпоративного сайтостроения прошла путь эволюции от примитивных статических HTML – страниц, до интегрированных со всеми внутренними и внешними приложениями фирмы информационных систем, построенных по Интернет технологиям. Не актуальными в корпоративном секторе стали: сайты – визитные карточки, сайты – рекламные буклеты, сайты – книги и т.д. Таких сайтов в Интернете скопилось великое множество, поэтому нельзя сказать, что они исчезли. Просто пришло другое, более современное понимание требований, которым эти сайты должны удовлетворять.

Компании стали создавать не один, а множество сайтов – информационное пространство, предназначенное для решения частных специализированных задач: сайты отдельных бизнес процессов, сайты отдельных направлений бизнеса, торговых марок, сайты для разных групп потребителей и т.д.

В Интернете полностью сформировалась, получила широкое распространение блогосфера, с сотнями миллионов блогов, в которых господствует электронное частное предпринимательство, мультимедиа контент и интерактивное взаимодействие владельцев Web – ресурсов с пользователями. Сайты выполняют функции инструментальных средств ведения бизнеса, оказания платных информационных услуг и сервисных услуг.

Если раньше электронное предпринимательство было прерогативой Web – ресурсов Интернет на базе ПК, то сейчас наблюдается интеграция Интернет с мобильными коммуникационными сетями и телефонией. Интернет может быть подключен практически ко всем современным планшетным компьютерам, смартфонам и телефонам. Появилась возможность развития мобильной торговли материальными товарами и информационными продуктами с помощью мобильных телефонных соединений 3G и 4G со скоростью обмена информацией до 1 ГВ/с, широкое распространение получили локальные мобильные соединения Wi-Fi со скоростью обмена до 10МВ/с.

Широкое распространение новых устройств и способов доступа к информации не использует все предоставляемые возможности в сфере электронной коммерции. Не получили пока еще широкого распространения торговые автоматы с оплатой по SMS, покупка товаров по WAP и в Web с

помощью карманных мобильных устройств т.д.

С другой стороны среди имеющихся в настоящее время 601 CMS (http://ratings.cmsmagazine.ru/cms_analytics/?pn=all) много систем управления контентом, интегрированных с корпоративными информационными системами. Платные CMS - достаточно дорогие. Их всего 318. Первая десятка платных корпоративных CMS представлена в Таблице 1. Стоимость разработки корпоративных сайтов на них также весьма дорогая, и похвастаться эксплуатацией таких систем могут лишь богатые корпорации, которых, как видно из таблицы, достаточно много. Например, на самой передовой CMS 1С-Битрикс, характерной особенностью которой является интеграция ее с копоративной системой *1С – предприятие*, в Web студиях выполнено 4462 разработки.

Таблица 5.1 Рейтинг наиболее распространенных платных CMS, используемых для корпоративных сайтов

		№	<u>CMS</u> ↓	<u>ТИЦ</u> <u>сайта</u> ↓↑	<u>Кол-во</u> <u>работ</u> ↓	<u>суммарный</u> <u>ТИЦ</u> ↓↑	↑ <u>средний</u> <u>ТИЦ</u> ↓↑
<input checked="" type="checkbox"/>		1.	<u>1С-Битрикс</u>	<u>11 000</u>	<u>4 462</u>	389 036	87
<input type="checkbox"/>		2.	<u>UMI.CMS</u>	<u>4 000</u>	<u>2 014</u>	69 325	34
<input type="checkbox"/>		3.	<u>NetCat</u>	<u>2 400</u>	<u>1 761</u>	121 650	69
<input type="checkbox"/>		4.	<u>AMIRO.CMS</u>	<u>3 400</u>	<u>1 260</u>	24 845	20
<input type="checkbox"/>		5.	<u>HostCMS</u>	<u>6 600</u>	<u>865</u>	36 630	42
<input type="checkbox"/>		6.	<u>UralSoft.WEB</u>	<u>1 100</u>	<u>442</u>	6 780	15
<input type="checkbox"/>		7.	<u>CMS</u> <u>S.Builder</u>	<u>325</u>	<u>411</u>	18 400	45
<input type="checkbox"/>		8.	<u>SiteEdit</u>	<u>3 000</u>	<u>392</u>	5 060	13
<input type="checkbox"/>		9.	<u>ABO.CMS</u>	<u>850</u>	<u>319</u>	23 625	74
<input type="checkbox"/>		10.	<u>diafan.CMS</u>	<u>300</u>	<u>306</u>	6 625	22

Бесплатные системы позволяют самостоятельно разработать информационную систему на предприятии, или нанять для этой работы частных предпринимателей (фрилансеров). Таких систем 127. Первая десятка наиболее распространенных бесплатных CMS, на которых разработано наибольшее количество корпоративных сайтов, представлена в Таблице 5.2. Самая распространенная из них Joomla!. На ней разработано 2799 корпоративных сайтов. Вызывает сомнение, что эта система может быть интегрирована с внутрифирменной корпоративной информационной системой, а значит, сайт на ней не будет отличаться расширенными возможностями и креативностью.

Если говорить об эволюции сайтостроения, то можно выделить 6

поколений сайтов:

1. Статические сайты, построенные на HTML и Java-Script, в которых для ввода нового контента следовало выгрузить сайт с хостинга и отредактировать его в HTML редакторе, в качестве которого использовались в лучшем случае визуальные средства, без написания кода вручную, после чего загрузить его обратно на хостинг.
2. Динамические сайты, построенные с использованием разработанных отдельными авторами, примитивными CMS, выполняемых на сервере, но не имеющих встроенных редакторов, для ввода контента прямо из Web. В этих сайтах контент вводился по протоколу FTP путем закачки новых файлов на хостинг. Пользоваться этими CMS могли, разве что, сами их авторы.
3. Динамические сайты, построенные с использованием промышленных CMS, которые имеют встроенные средства редактирования контента, в составе которых для расширения функциональных возможностей имеется большое количество тем, плагинов и виджетов для вставки скриптов. Примером может служить наиболее распространенная CMS WordPress, которая из-за своей простоты пользуется большой популярностью для ведения блогов (сайтов с динамическими страницами), однако, допускает вставку в сайт любого количества статических страниц. Внешний вид и функциональное назначение сайта определяется используемыми темами (шаблонами), которых разработаны тысячи. Наилучшие (премиум) темы – платные, однако их стоимость и русификация небольшая и составляет от \$20. С помощью сотен плагинов, виджетов и тем, которые устанавливаются автоматически, можно обеспечить любой желаемый функционал сайта. Новые версии WordPress появляются примерно один раз в полгода и устанавливаются на хостинг тоже автоматически, т.е. по Web. Практически, пользоваться протоколом FTP для связи с хостингом приходится довольно редко, в основном для: удаления ненужных программ, иногда накапливающихся и занимающих лишнее дисковое пространство, за которое нужно платить; для резервного копирования контента и баз данных сайта; при переносе сайта на другой хостинг; смене пароля базы данных и т.д.
4. Динамические сайты, построенные с использованием промышленных CMS с модульной структурой, с редактированием контента, в составе которых для расширения функциональных возможностей имеется большое количество модулей, различного функционального назначения, например Joomla!. За счет использования модулей обеспечивается лучший функционал, однако поддержка Joomla оставляет желать лучшего, да и работать с сайтами сложнее. Разработка сайта также намного сложнее, чем в WordPress, поэтому пользователи и корпорации часто переходят с Joomla на другие CMS, а это не так просто, если нужно сохранить часть имеющегося обширного контента, при этом рейтинг сайта в поисковых системах может обнулиться, и сайт потеряет поисковый трафик, а, следовательно, и своих посетителей. Как мы уже отмечали, для корпоративных сайтов имеется 318 платных и 127 бесплатных CMS, так что выбор есть, но после выбора нужно быть уверенным, что CMS обеспечит ваши растущие требования, по крайней

мере, на несколько лет вперед.

5. Корпоративные системы, выполненные с использованием Интернет технологий Extranet и Intranet, с разделенными внутренними и внешними ресурсами и интегрированной с ERP, банковскими системами и телефонными сетями структурой. В экстранет зоне, доступной только для клиентов и бизнес-партнеров, как правило, создаются личные кабинеты пользователей, открываются внутренние торговые площадки, размещается документация, прайс-листы и т. д. В полностью закрытой для внешних пользователей интранет зоне поддерживаются внутренние бизнес-процессы компании и коммуникации между филиалами и сотрудниками. Эта зона в целях безопасности может строиться на отделенных от Интернет коммуникационных каналах, исключающих возможность доступа к закрытой корпоративной информации.
6. Корпоративное информационное пространство, удовлетворяющее всему комплексу предъявляемых корпорациями требований, построенное по единому принципу и единой технологии на одной универсальной промышленной CMS, способной реализовать на 100% любые необходимые функции. В настоящее время подобного типа CMS в мировой практике пока еще не разработано. Наиболее близко к указанному типу подходит система 1С-Битрикс, удовлетворяющая 95% требований, хотя, строго говоря, это система относится пока еще к 5 поколению.

Таблица 5.2 Рейтинг наиболее распространенных бесплатных CMS, используемых для корпоративных сайтов

			CMS ↓↑	ТИЦ сайта ↓↑	Кол-во работ ↓↑	суммарный ТИЦ ↓↑	средний ТИЦ ↓↑
<input type="checkbox"/>		1.	Joomla!	<u>24 000</u>	<u>2 799</u>	70 975	25
<input type="checkbox"/>		2.	MODx CMS / CMF	<u>80</u>	<u>1 369</u>	23 515	17
<input type="checkbox"/>		3.	Drupal	<u>1 100</u>	<u>978</u>	36 705	38
<input type="checkbox"/>		4.	WordPress	<u>40 000</u>	<u>774</u>	19 735	25
<input type="checkbox"/>		5.	TYPO3	<u>350</u>	<u>336</u>	47 275	141
<input type="checkbox"/>		6.	Joostina	<u>220</u>	<u>161</u>	2 580	16
<input type="checkbox"/>		7.	CMS.FERT.RU	<u>40</u>	<u>100</u>	1 070	11
<input type="checkbox"/>		8.	Кельник CMS	<u>650</u>	<u>99</u>	15 725	159
<input type="checkbox"/>		9.	Textpattern	<u>275</u>	<u>90</u>	3 755	42
<input type="checkbox"/>		10.	InstantCMS	<u>1 600</u>	<u>89</u>	4 565	51

Следует отметить, что первые пять поколений сайтов в настоящее время в массовом количестве уже существуют в Интернет. Замена каждой из них на более совершенный вариант представляет собой сложную, трудоемкую и дорогостоящую задачу, которую невозможно решить в короткие сроки, как

невозможно быстро заменить инфраструктуру, например, автомобильного транспорта или какой-то другой технологии, получившей широкое распространение.

Однако, одного взгляда на приведенные данные в таблицах 5.1 и 5.2 достаточно, чтобы сделать вывод, что платные системы обладают гораздо большими функциональными возможностями, чем бесплатные, но, чтобы в этом убедиться, рассмотрим более подробно возможности платной и бесплатной корпоративной системы, создаваемых на лучших, на наш взгляд, CMS.

Первые места в рейтинге CMS занимают соответственно 1С-Битрикс и Joomla!. Заметим, однако, что рейтинг составлен по убыванию количества разработанных в Web студиях проектах, и не учитывает разработок, сделанных лично авторами или частными разработчиками. По нашему мнению, по количеству сайтов, представленных в интернет, безусловным лидером является WordPress (более 80% сайтов), поэтому вместо Joomla среди бесплатных CMS следует в данном учебном пособии подробно рассмотреть наиболее популярную во всех отношениях, и так любимую десятками миллионов пользователей, CMS WordPress, которая по своим возможностям несколько не уступает Joomla, но сайт на WordPress по силам создать любому начинающему пользователю.

Что касается корпоративного сектора, то ни Joomla ни WordPress не могут обеспечить те функциональные возможности, которые дает, например, 1С-Битрикс. В начале деятельности малой или средней фирмы и даже крупной корпорации будет достаточно сайта на WordPress, создание которого ничего не будет стоить. Когда придет понимание того, что корпоративный сайт и корпоративная система за счет повышения эффективности работы фирмы, дадут экономический эффект, компенсирующий за короткий срок начальные вложения денежных средств, только тогда следует выделить средства на покупку платной версии, например, CMS 1С-Битрикс. Далее последуют расходы по разработке в Web студии сайта, интегрированного с используемой в корпорации ERP системой (она к этому времени должна уже эффективно работать), информационным порталом, банком, телефонией и эффективного сопровождения всего программного комплекса. Это потребует, как минимум, создания развитой информационной службы на предприятии. Расходы будут исчисляться десятками тысяч долларов, и их следует сделать, если будет обоснована целесообразность инвестиций, а не просто так, по велению моды.

Может получиться, что руководитель выделит средства, купит все необходимое оборудование и софт, все это установит, отладит, однако сотрудники будут саботировать использование системы, из-за того, что это прибавляет им работы. Без повышения зарплаты не обойтись, при этом расходы повысятся, а рентабельность уменьшится, а может даже стать отрицательной, что приведет к краху, если не заморозить чрезмерно расширенный функционал системы. Возникает вопрос, а зачем были сделаны большие начальные инвестиции в проект, если заранее можно было принять экономически обоснованное решения.

Таким образом, при внедрении корпоративного сайта и системы, на

первое место выдвигается вопрос об их эффективности. Чтобы не ошибиться, нужно грамотно экономически обосновать принятие решения, а для этого, нужно рассмотреть задачу оптимального выбора варианта информационной системы из списка заранее подготовленных альтернатив. Необходимо будет предварительно досконально изучить все возможности платных CMS.

Рассмотрим более подробно продукты, разработанные для совместного использования распространенной корпоративной системы «1С: Предприятие» и корпоративного сайта, т.е. продукты под названием «1С-Битрикс».

5.1.4 Продукты «1С-Битрикс» <http://1c-bitrix.ua>



Программные продукты «1С-Битрикс» - это профессиональные системы управления веб-проектами: сайтами компаний, интернет-магазинами, социальными сетями и сообществами, корпоративными

порталами, системами аренды веб-приложений и другими проектами.

Продукты «1С-Битрикс» работают на Windows и Unix платформах под управлением PHP и ASP.NET и подходят по функциональным возможностям для, как утверждают авторы, 95% современных проектов. Продукты объединяет главная цель - обеспечить понятное, удобное, комфортное и при этом профессиональное управление проектом, как для конечного пользователя, так и для разработчика.

Перечень и краткая характеристика продуктов

Профессиональная система управления сайтами «1С-Битрикс: Управление сайтом».



Программный продукт **«1С-Битрикс: Управление сайтом»** - универсальный инструмент для создания и управления современным интернет-проектом: корпоративных сайтов, интернет-магазинов, информационных порталов, сайтов сообществ, социальных сетей и других веб-проектов.

Адаптивный интерфейс продукта **«Эрмитаж»** позволяет быстро освоить основные действия по управлению сайтом, запоминает ваши предпочтения (персональные настройки, фильтры, формы), и в результате вы тратите меньше времени на выполнение технических задач.

Продукт «1С-Битрикс: Управление сайтом» позволяет управлять контентом сайта, структурой, форумами, рекламой, рассылкой, распределять права между группами пользователей, анализировать статистику посещений, оценивать эффективность рекламных кампаний и многое другое.

Корпоративный портал на 1С-Битрикс.



«1С-Битрикс: Корпоративный портал» - объединяет компанию, повышает эффективность работы, открывает новые возможности:

- формирование корпоративной культуры;
- повышение эффективности бизнес-процессов;
- социальная сеть и внутренние коммуникации;
- организация коммуникаций внутри рабочих групп;
- консолидация и хранение корпоративной информации;
- интеграция ресурса в действующую IT-инфраструктуру компании (интеграция с «1С:Зарплата и Управление Персоналом» и ActiveDirectory, SSO) и другие задачи.

Сотрудники и руководство компаний, использующие корпоративный портал, могут создавать и вести свои блоги, обсуждать новости и любые другие тексты, опубликованные на внутреннем портале компании и получить массу других возможностей, о которых будет сказано ниже. Кроме того, создав одновременно корпоративный портал и сайт на 1С-Битрикс должен быть получен синергетический эффект, за счет появления нового качества информационной системы.

Продукт Битрикс24.



«Битрикс24» - облачный сервис для совместной работы, в основе которого лежит концепция социального интранета. Сервис объединяет классические рабочие инструменты и социальный формат коммуникаций.

Рабочие инструменты:

- база знаний;
- управление задачами;
- календари;
- CRM;
- работа с документами;
- рабочие отчеты.

Социальные коммуникации:

- «лайки»;
- обсуждения;
- «живая» лента;
- «социальный» поиск;
- мгновенные сообщения;
- рабочие группы.

Сервис «Битрикс24» ориентирован на компании малого и среднего бизнеса и позволяет за несколько минут создать свой «Битрикс24», пригласить в него коллег и начать работать в «облаке».

Продукт «1С-Битрикс: Корпоративный портал – Аренда» (SaaS).



В аренду предоставляется два варианта продукта «1С-Битрикс: Корпоративный портал - Аренда»:

- до 25 сотрудников
- до 50 сотрудников

С возможностями:

- неограниченное число пользователей Экстранет;
- все стандартные возможности «1С-Битрикс: Корпоративный портал - Аренда»:
 - **календари** для групповой работы;
 - **планирование** встреч, собраний;
 - **занятость**, присутствия;
 - **резервирования переговорных** и ресурсов;
 - **HR-функции** (структура компании, люди, лица, персональные страницы);
 - файлы с доступом по WebDAV и через браузер **интеграция с MS Office** и Open Office;
 - рабочие группы;
 - задачи, календари и контакты с двунаправленной интеграцией с Outlook;
 - блоги, форумы, формы, онлайн-обучение, формы, опросы, база-знаний;
 - типовые **бизнес-процессы**.

Пользователь сможет арендовать виртуальный сервер с установленным продуктом «1С-Битрикс: Корпоративный портал» у своего хостинг-провайдера. Полученное в аренду веб-приложение уже готово для немедленного использования в компании. Выделенный виртуальный сервер полностью настроен, протестирован и адаптирован для оптимальной работы как с продуктом «1С-Битрикс», так и с любыми PHP-приложениями.

Продукт «.NET Forge CMS».



.NET Forge CMS - мощная система управления сайтом на базе платформы ASP.NET, предоставляющая разработчикам инструменты для создания любых веб-проектов. Система содержит удобные инструменты для управления сайтом:

- визуальный редактор
- интерфейс «Эрмитаж»
- блоги с поддержкой Windows Live Writer
- кеширование данных
- интернет-магазин с продвинутой логикой скидок
- многое другое

«**NET Forge CMS**» существует в двух редакциях

- *Community*-редакция (бесплатная) - обладает широкими возможностями, прекрасно подходит для создания сайтов сообществ, блогов, персональных сайтов и других типов решений.
- *Бизнес-редакция* - коммерческая система для создания интернет-магазинов, сайтов с высокой нагрузкой, для которых критически важны вопросы масштабирования, отказоустойчивости и безопасности.

5.2 Набор инструментов Интернет бизнеса

1. **Сайт компании.** Требования к сайту могут быть различными и признаки «крутизны» сайта рассмотрены и классифицированы нами в разделе 1.2. Сайт является основным элементом, с которого бизнес в сети только начинается. Это виртуальное представительство (своеобразный офис) бизнесмена в сети. Это – лицо фирмы. Лучшим вариантом на сегодняшний день является создание корпоративного сайта на CMS 1С-Битрикс (пример главной страницы сайта НГУ приведен на рис. 5.1).

На сайте можно увидеть следующие основные элементы современного дизайна (сверху вниз):

- Переключатель языка представление информации. Поисковая форма сайта и карта сайта.
- Хедер (шапка) сайта на которой представлен логотип НГУ и название сайта.
- Горизонтальное главное меню сайта для возможности выбора основных категорий и элементов сайта. Горизонтальное меню расположено в две строки, между которыми располагается слайдер из фотографий, визуально отображающих (прокручивающих) текущий основной контент. Элементами управления главного меню являются в основном внутренние ссылки, однако имеется также более сложный элемент – раскрывающийся список для выбора ссылок на страницы соответствующих кафедр университета.
- Поле с главного контента для выдачи аннотаций, выполненное в виде двух столбцов: Новости и Анонсы. Это своего рода две динамически изменяющиеся новостные ленты (блог), в котором новые записи появляются сверху, а старые – смещаются вниз и затем исчезают из поля зрения.
- Правый столбец представляет собой сайдбар. В нем с помощью скриптов выводятся разнообразные виджеты: календарь активности, видеоролик, текстовая информация, список категорий блога, архив записей, облако тегов, реклама и т.д.
- В нижней части сайта имеется элемент дизайна, называемый футер. В нем, как и в сайдбаре выводятся виджеты, которые не поместились на боковую панель или те, которые необходимо располагать горизонтально. На сайте НГУ в футер вынесена следующая информация в виде списков ссылок с наименованиями: сервисы, внутренние ресурсы, социальные сети, информационное партнерство. В нижней части футера расположен слайдер, в котором прокручиваются логотипы сайтов партнеров НГУ, на которые имеются внешние графические ссылки.



Национальный горный университет — соответствие Времени

Обучение

Наука

Международная деятельность

Библиотека

Про университет

Найти кафедру



НГУ



ВИПУСКНИЙ БАЛ-2013



ВЕРТІНЯ ВІСЬ
ВІДБУЛОСЯ
УРОЧИСТЕ
ПОСВЯЧЕННЯ В
ПЕРШОКУРСНИКИ



ВІЗИТ ВІЦЕ-ПРЕМ'ЄР-
МІНІСТРА УКРАЇНИ
ОЛЕКСАНДРА ВІЛКУЛА



ВИПУСКНИК НГУ -
ЩАСЛИВИЙ СТАН
ДУШІ

Абітурієнту

Студенту

Випускнику

Сотруднику

Новини

03/09/2013
 Как в НГУ прошло посвящение в первокурсники (ВИДЕО)
 Праздничная линейка в Национальном горном университете

24/09/2013
 С Днем Независимости!
 С праздником, Украина!

19/09/2013
 НГУ занимает лидирующую позицию среди днепропетровских университетов
 Газета "Заря" определила самые популярные университеты Днепропетровщины - НГУ входит в тройку лучших.

02/09/2013
 В Национальном горном университете обнародовали первую волну рейтинговых списков (ВИДЕО)
 В НГУ вчера появились рейтинги и списки рекомендованных к поступлению (1 волна) - все желающие могут искать свою фамилию на стендах в четвертом корпусе университета.

01/09/2013
 В Национальном горном университете успешно завершается вступительная кампания 2013 (ВИДЕО)
 В НГУ прием документов прошел оперативно и без задержек. Только в начале июля можно было увидеть очереди абитуриентов, а дальше процесс пошел по графику. Существенным плюсом для всех выходящих учебный за...

Анонси

02/10/2013
 ФОРУМ ГОРНЯКОВ – 2013
 Международная научно-техническая конференция

02/09/2013
 День знаний
 Праздничная линейка в НГУ пройдет 2 сентября в 8.00

31/09/2013
 Торжественная присяга
 Торжественное принятие присяги студентами 4 курса Национального горного университета состоится 30 августа в 9.00 по адресу ул. Набережная Победы, 38-Б, кор...

24/07/2013
 Визит главы облгосадминистрации Дмитрия Колесникова
 24 июля в 11.00 Национальный горный университет посетит глава облгосадминистрации Дмитрий Колесников.

22/07/2013
 Состоится защита магистерских работ
 22 – 23 июля 2013 г. в рамках совместного проекта ДВНЗ «НГУ» и Высшей Банковской школы (г. Вроцлав, Польша) по получению второго высшего образования...

Календар подій

<< Вересень 2013 >>

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Нд
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	1	2	3	4	5	6

Предложить событие



Відеотур

Контакты:

49600 г. Днепропетровск,
 пр. Карла Маркса, 19
 телефон 744-73-39
 e-mail: rector@nmu.org.ua

Как пообщаться?

Сервисы

Пошта
 Розклад
 Рейтингування
 Wi-fi
 Панорами НГУ

Внутренние ресурсы

Научные издания
 Музеи
 Киностудия "Юность"
 Репозиторий
 Медиаархив

Соціальні мережі

Facebook
 V Kontakte
 Twitter
 YouTube

Інформаційне партнерство

Пресс-центр
 Газета "Вестник"
 Газета "Студент"



Рис. 5.1 Главная страница сайта Национального горного университета на CMS 1С-Битрикс

2. **Страница захвата подписчиков.** На этой странице обычно располагается бесплатный бонус (например, электронная книга), предлагаемый посетителю взамен согласия на получения писем почтовой подписки продавца. На этой странице располагается форма подписки, которую обычно получают на специальных сервизах (серверах) почтовых рассылок, например на <http://smartresponder.ru>. Современные страницы захвата подписки имеют небольшую величину и содержат видеоролик на 2-3 минуты, на котором автор лично поясняет выгоды, получаемые при подписке на почтовую рассылку. Целью страницы захвата является создание подписной базы, содержащей целевую аудиторию, склонную к покупке вашего продукта. Само собой разумеется, что объем подписной базы следует набрать как можно больший. Существует ряд маркетинговых приемов, позволяющих это сделать. Например, платный показ страницы захвата в чужой, достаточно большой базе подписчиков. Отсутствие почтовых рассылок на сайте существенно снижает привлечение новых целевых клиентов.

16 удивительно простых способов заработать в интернете любому новичку

Скачайте книгу ПРЯМО СЕЙЧАС, чтобы:

- ✓ Создать дополнительные источники дохода с помощью интернета
- ✓ Уволиться с нелюбимой работы
- ✓ Стать финансово независимым человеком с помощью ноутбука и своей головы
- ✓ Освоить профессию, с помощью которой вы сможете зарабатывать хорошие деньги, находясь в любой точке мира, где есть выход в интернет
- ✓ Создать такой образ жизни, при котором вы будете работать тогда, когда вам удобно и с кем удобно

Скачайте данную бесплатную книгу прямо сейчас!

Бесплатная книга по заработку в интернете:

Чтобы получить книгу, просто введите свое имя и email в форму ниже и нажмите на кнопку "Получить книгу".

Ваше имя: *

Ваш e-mail: *

Получить книгу сейчас »

ИП Кожин Роман Владимирович, ОГРН 307860326100038. © Все права защищены

Рис. 5.2 Пример простой страницы захвата подписчиков

3. **Страница подтверждения подписки на рассылку.** Выдается клиенту на экран сразу после заполнения формы подписки. На этой странице клиенту предлагается вернуться в свой почтовый аккаунт и активизировать ссылку, присланную почтовым сервером, которая будет служить подтверждением согласия подписчика на получение писем автора. То есть подтверждением того, что присылаемые письма не являются спамом (Рис.5.5). В ответ на подтверждение вами согласие на получение писем рассылки сервис почтовых рассылок выставит в браузере окно с сообщением о подписки вас на соответствующую почтовую рассылку, а на почту придет ссылка на

скачивания книги «приманки», обещанной на странице захвата и первое письмо из серии ваших писем.

Поздравляю! Шаг первый сделан!

Вам осталось подтвердить подписку на курс.

На Ваш email-адрес, указанный при подписке, было отправлено активационное письмо.

Вам необходимо зайти в свой почтовый ящик и нажать на ссылку активации. После этого, вы получите доступ ко всем обещанным материалам.

Пожалуйста, в течение ближайших 1-5 минут, проверьте свой почтовый ящик и подтвердите подписку.

ВНИМАНИЕ! Если письмо с подтверждением не придет в течение 1-5 минут, то обязательно проверьте папку Спам.

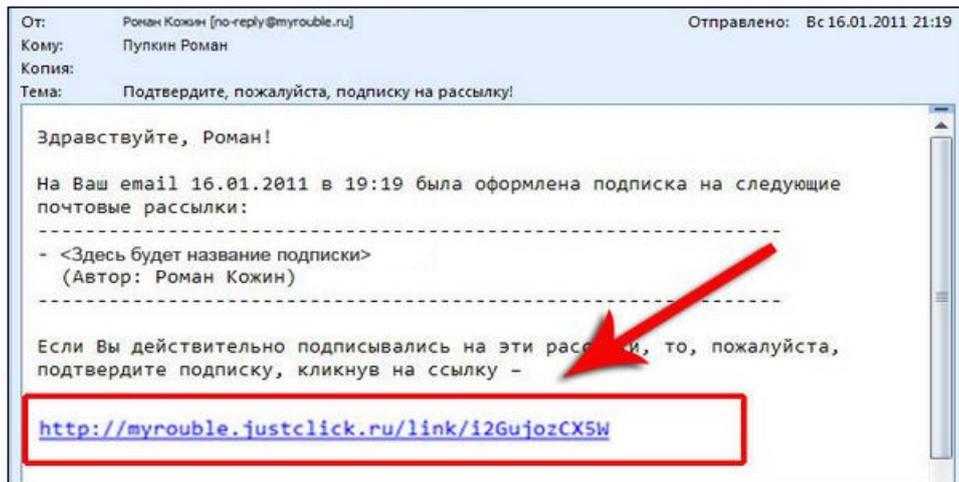


Рис. 5.3 Пример страницы подтверждения подписки на рассылку

4. **Серия писем**, в которых продавец сразу высылает ссылку на скачивание бонуса и мягко подводит подписчика к восприятию информации о платном продукте автора. Серия писем заканчивается ссылкой на продающую страницу (продающий мини сайт), в котором в определенном четко регламентированном порядке выполняется реклама платного продукта, и ссылка на его покупку. Обычно эта ссылка выполняется в виде кнопки «Купить», или кнопку «Начать оформление заказа» которую клиент должен нажать. Далее включается программа «мастер», которая проводит клиента через всю процедуру покупки товара.

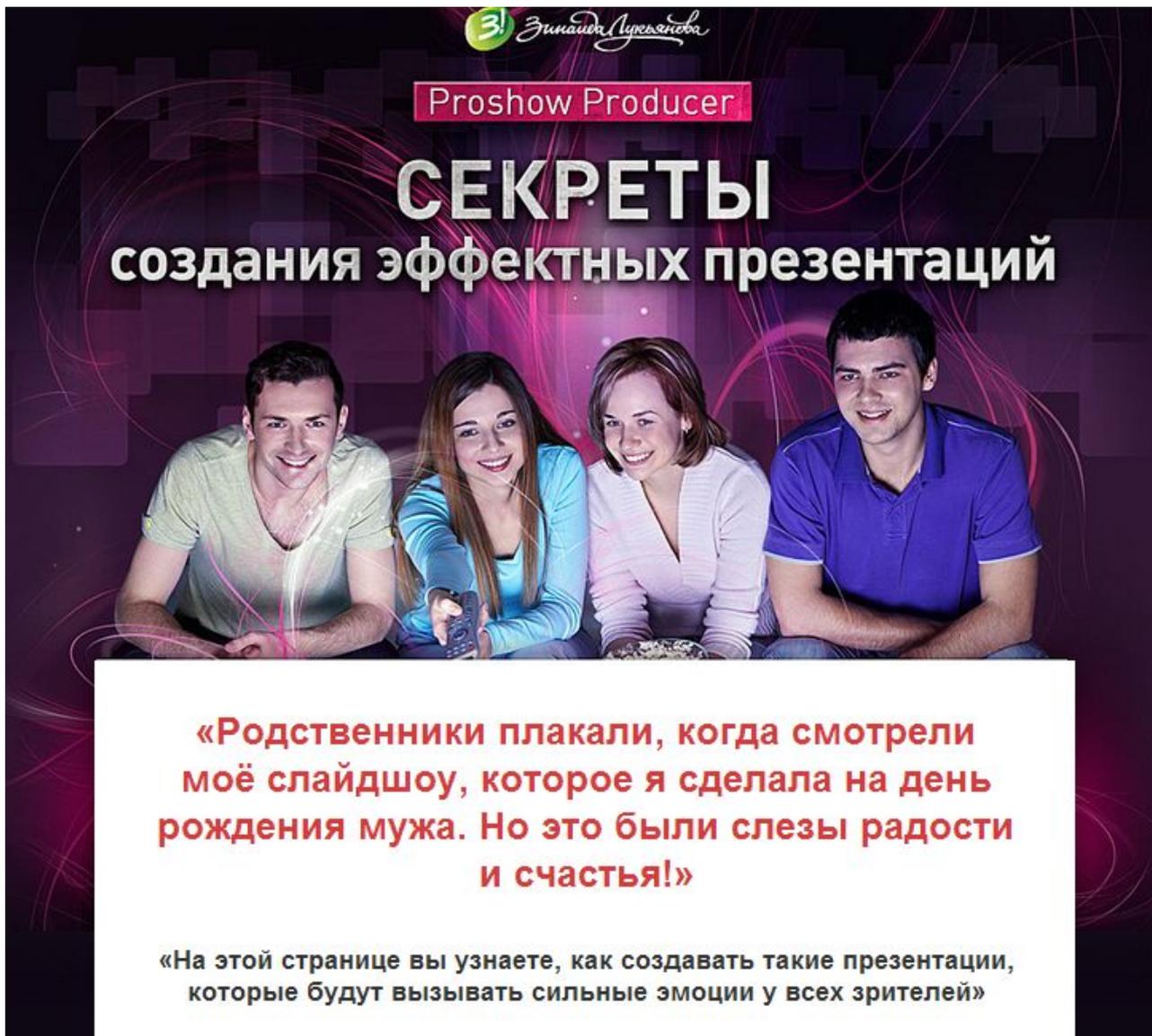


Рис. 5.4 Хедер (верхушка) продающего минисайта

5. **Оплата товара** на соответствующей web странице. Для этого используются все возможные способы. От оплаты наличными курьеру, оплаты переводом денег на банковский счет или с помощью электронных платежных систем, WebMoney, PayPal и др. Рано или поздно любой веб-мастер столкнется с необходимостью использовать на своем или сайте клиента систему приема электронных платежей. Различных систем большое множество, можно использовать каждую в отдельности, но все же лучше воспользоваться уже готовым сервисом, например Робокасса <http://robokassa.ru/>.
6. **Письмо подтверждения получения денег за товар.** Высылается клиенту после оформления заказа по электронной почте.

2790 руб. (87\$, 734 грн.)

Доставка в эту цену не включена, её стоимость вы узнаете в процессе оформления заказа, так как на нее влияют несколько факторов (способ доставки, вес посылки и др.)

Начать оформление заказа



Доступные способы оплаты:

1. Оплата на почте при получении (Россия и Украина) [подробнее](#)
2. Карты [подробнее](#)
3. Любой банк вашего города, интернет-банкинг [подробнее](#)
4. Электронные деньги и QIWI [подробнее](#)
5. Денежные переводы [подробнее](#)
6. На расчетный счет (для юридических лиц) [подробнее](#)
7. Оплата курьеру при получении [подробнее](#)
8. Салоны Евросеть и Связной [подробнее](#)

Доступные способы доставки:

1. Почта России (доставка в любую страну) [подробнее](#)
2. Доставка по Украине («Укрпочта» или «Новая почта») [подробнее](#)
3. Закачка цифровой версии товара [подробнее](#)
4. Доставка экспресс-почтой EMS [подробнее](#)
5. Доставка курьером до двери [подробнее](#)

Рис 5.5 Нижняя часть продающего минисайта

7. **Доставка товара клиенту.** Электронным способом, почтовой службой или транспортными средствами продавца. Должны быть предусмотрены все возможные способы доставки, из которых клиент выбирает наиболее для него приемлемый. Вплоть до доставки товара в прямо в квартиру или офис клиента.
8. **Оформление документов,** подтверждающих покупку товара клиентом (акт купли-продажи) и гарантийного письма на бесплатное обслуживание или обмен товара на новый.

5.3 Безопасность в электронной коммерции

Прежде всего, и это касается не только сайтов на CMS, необходимо выбрать надежного хостинг – провайдера, имеющего большой опыт и репутацию среди сетевых коммерсантов. Вначале следует изучить провайдеров, рекомендуемых поисковыми системами (имеющих наивысший рейтинг в сети: <http://timeweb.ru/>, <http://www.hostmonster.com/>, <http://beget.ru/> (Яндекс); <http://www.avahost.ru/>, <http://nevohosting.com>, <http://it-host.ws> (Google), <http://mirohost.net/>, <http://hvosting.ua/>, <http://avahost.ua/>, <http://www.1c-bitrix.ru/partners/hosting.php> - лучший хостинг для сайтов на CMS «1С-Битрикс» (Meta), и т.д.). Однако, при этом нужно иметь в виду, что не всегда эти провайдеры будут лучшими для вашего бизнеса. Например, как вы отнесетесь к непомерно высокой стоимости услуг, игнорированию ваших запросов (тикетов), частому отключению сайта на профилактику, или полной неработоспособности вашего сайта по неизвестной причине. Не говоря уже о порче или уничтожению вашего коммерческого сайта (а может даже и всего хостинг сервера) отечественными или иностранными злоумышленниками (хакерами). Другими словами, нужен глубокий и всесторонний анализ принятия решения о выборе хостинг провайдера.

В сети, представленная вами информация может использоваться людьми, для которых она не предназначалась, но которые могут употребить ее в своих личных целях, в ущерб вашим интересам. В Интернете, прежде всего, следует защищаться от преступников, которые хотят вас обмануть. Они могут собирать личные данные о вас с целью совершения краж, обмана и т.д.

Часто люди забывают, что накопленная на сайте информация бывает полностью уничтожена и, вместе с ней, весь ваш сетевой бизнес. Это может случиться по вине ваших конкурентов, недругов, сетевых мошенников, или «просто так» из хулиганских побуждений.

Хостинг провайдер является вашим деловым партнером, с которым вы будете работать в течение длительного времени, даже если вы сами станете заниматься этим видом предоставления услуг. В Интернете невозможно быть полностью независимым от кого-либо, не забывайте, что с вами на связи находится весь мир. Это нужно помнить всегда и принимать должные меры по хранению вашей бизнес информации.

Для этого рекомендуется ежедневно сохранять всю информацию на внешних носителях, как минимум в двух экземплярах, и не хранить копии в пределах одного помещения, на случай пожара, хищения или других «случайных» событий. И даже этого порой бывает недостаточно.

Общие правила безопасности в сети

1. Вначале нужно четко уяснить для себя, что деньги не могут приходить к вам просто так, для этого нужно много и достаточно долго работать, заработок не бывает слишком быстрым. Отбросьте все свои мысли о быстром

обогащении и не рассматривайте бизнес-предложения, в которых вам обещают быстрый и большой заработок.

2. Проверяйте, с кем вы имеете дело, не хотят ли вас обмануть мошенники. Помните, что в Интернете можно действовать анонимно, поэтому не доверяйте «виртуальным друзьям» важную для вас информацию.
3. Не пытайтесь зарабатывать на кликах, особенно, если вам предлагают большие деньги за клик. Вы их не получите. Спонсоры часто прибегают к обману, а у честных спонсоров ваш заработок состави 1-4 долларов в месяц.
4. Не вкладывайте деньги в сетевой маркетинг и различные пирамиды. Реально получает прибыль только владелец пирамиды. Не вкладывайте деньги в инвестиционные фонды в Интернете, онлайн – лотереи, казино и т.д.
5. Сейчас большое распространение получили партнерские программы, обещающие до 50% комиссионных. Не верьте незнакомым, особенно зарубежным партнерам, перед тем как работать на кого-то, а тем более вкладывать деньги в раскрутку партнерских программ, убедитесь в том, что они работают, хотя каждый партнер будет убеждать вас в своей честности.
6. Не верьте в крики платежных систем, волшебные кошельки, генераторы кодов пополнения платежных систем, бесплатный Интернет. Не верьте информации, представленной на бесплатных хостингах. Проверяйте информацию о владельце домена и дате его регистрации (на предмет сайтов однодневки). Читайте отзывы о сайте, введя его адрес в поисковую систему. Ведите диалог с владельцем сайта, позвоните ему по телефону, если он есть на сайте. Не доверяйте информации на форумах, обязательно перепроверяйте ее.
7. Не имейте дело с рассылкой спама. Это уголовно наказуемое преступление. Никому не высылайте никакие пароли, не открывайте незнакомые письма с вложениями, не качайте файлы с сомнительных сайтов. Покупайте товары только у автора сайта. Не пытайтесь обмануть других людей в Интернете, берегите свою репутацию.

Безопасность в социальных сетях, электронной почте и Web-серфинге

1. Скрывайте информацию о себе. Где только возможно, не используйте реальных данных о себе и своих близких, пользуйтесь вымышленными именами, псевдонимами.
2. Используя Интернет, все мы оставляем в нем множество следов своей работы. По адресу электронной почты можно найти всю важную о человеке информацию, включая имя, фамилия, отчество, фотографию, место работы, должность, ISQ, Scure, телефон, сайт, адрес и т.д. Следует более ответственно относиться к собственной безопасности и не оставлять сведения в Интернете, которые могут навести преступников на ваш след.
3. При посещении сайтов, они через браузер оставляют на вашем компьютере небольшие файлы, которые могут храниться на вашей машине достаточно долго. Эти файлы обязательно оставляют сайты, на которых требуется

авторизация, как как без них при переходе со страницы на страницу авторизация будет слетать. Следует ежедневно удалять файлы cookies, например программой Ccleaner, чтобы сведения, из них, не использовались не по назначению и не засоряли ваш компьютер (в том числе и вирусами). Можно настроить браузеры на удаление cookies сразу по окончании работы с сайтом.

4. Удаляйте свои учетные записи на сайтах, которыми больше не пользуетесь. Функции удаления есть обычно на всех крупных ресурсах. Например в сети Facebook функция полного удаления учетной записи доступна по адресу www.facebook.com/help/delete_account. После нажатия кнопки «удалить мой аккаунт» и ввода пароля, ваш аккаунт через некоторое время будет полностью удален. На ряде сайтов полное удаление аккаунта является сложной задачей из-за отсутствия информации о том, как это сделать.
5. Используйте достаточно сложные и разные пароли в учетных записях. Необходимо, чтобы в пароле содержались буквы, набираемые на разных языках и регистрах, цифры и специальные символы. Длина пароля при этом должна быть не менее 10-12 символов. Не храните пароли в файлах на вашем компьютере, лучше это делать на специальном внешнем носителе. Дублируйте файлы паролей с целью надежного их сохранения, например на CD/DVD. Можно использовать вариации одного пароля с различными расширениями в конце для каждого аккаунта или защищаемого документа, тогда в вашей голове будет храниться основной пароль, общий для всех, и расширения, например, для каждой социальной сети или партнерской программы. Придумывайте сложные для взлома пароли для электронной почты и регулярно меняйте его. Именно электронная почта может послужить отправной точкой для получения полной информации о вас. На некоторых почтовых сервисах можно использовать двухэтапную аутентификацию с вводом пароля и номера телефона с передачей SMS, однако помните, что с утерей смартфона вы можете потерять доступ к аккаунту.
6. Не заполняйте все предложенные поля в социальных сетях, скрывайте ряд сведений о себе. Помните, что этими данными могут воспользоваться в преступных целях. Например, для организации спама в ваш адрес достаточно иметь базу, в которой занесены ваши интересы, имя и почта, тогда вам может быть направлено письмо с предложением бесплатного бонуса с целью получения от вас разрешения регистрации вас как подписчика на сервере списков рассылки. Вы сами дадите разрешение на посылку вам серий писем.
7. Чтобы социальная сеть не находила вас на фотографиях друзей, в настройках конфиденциальности необходимо установить видимость только для друзей. Не включайте незнакомых вам людей в список друзей. Просмотр личных данных своего аккаунта разрешайте только друзьям. Ваши друзья тоже могут принимать участие в распространении ваших личных данных. Запретите им делать это. После этого публикуйте сообщения только для друзей. Не публикуйте информацию о ваших намерениях, например, уехать

на месяц куда-либо. Помните, что такая информация поможет злоумышленникам, например, ограбить вашу квартиру.

8. Не используйте бесплатные почтовые сервисы в зонах .ru или .ua. По запросу любой государственной службы ваш аккаунт будет открыт для просмотра. Лучше использовать электронную почту на собственном домене, зарегистрированном на зарубежном хостинге. При этом можно использовать разные почтовые ящики для регистрации на разных сервисах, например вида facebook@mysite.com.
9. Для безопасного серфинга в сети, чтобы поисковые системы не могли составлять базу посещаемых вами сайтов, можно воспользоваться сервисами – анонимайзерами, например www.hidemyass.com или программами – анонимайзерами, например CyberGhost VPN.
10. Главные поисковики Google, Яндекс и другие популярные порталы хранят историю поиска вместе с IP-адресом пользователя, а также свою историю переходов с сайта на сайт. В сети имеются поисковики, которые не хранят историю поиска, например, www.ixquick.com Этот поисковик рекомендован Евросоюзом как один из наиболее безопасных. Для тех, кто хочет получать информацию как в Google, но при этом не передавать свой IP адрес и другую информацию о себе существует проект www.startpage.com

Безопасность онлайн платежей

1. При совершении онлайн платежей существует нешуточный риск похищения данных платежной карты. Первое, что нужно сделать, это включить SMS уведомление при снятии денег со счета. В этом случае можно быстро позвонить в банк и заблокировать карту и добиться от банка отмены транзакции. Номер круглосуточной поддержки клиентов банка должен быть всегда в контактах вашего смартфона, который должен быть всегда под рукой.
2. Установите дневной лимит на снятие средств. Это не позволит злоумышленнику быстро снять все деньги с вашего счета.
3. Используйте вместо основной кредитной карты, виртуальную карту, на которую перед совершением платежей вы будете переводить нужную сумму. В случае подозрения на вскрытие данных виртуальной карты, сразу же необходимо открывать другую виртуальную карту.
4. При оплате товаров в магазинах с помощью кредитки, используйте только безопасное зашифрованное соединение. Если есть сомнения, платите за товар другими способами, например цифровыми наличными в какой-либо достаточно хорошо проверенной платежной системе.
5. Более 1,2 млрд. долларов за последние пять лет было украдено с помощью фишинга. Вначале вам приходит письмо с просьбой выполнить какие-то действия в вашей платежной системе. Когда вы заходите на сайт, происходит подмена, и вы попадаете на сайт – копию, где у вас крадут данные вашего счета. Нередко, при совершении платежей вам подсовывают номер кошелька, отличный от номера кошелька магазина, в котором вы

хотите сделать покупку. Если вы не проверите эти данные, то ваши деньги уйдут злоумышленнику. Внимательно следите за тем, на какой номер кошелька вы отправляете деньги. Помните, что вирусы трояны, как правило, внедряются на ваш компьютер с целью воровства ваших электронных денег и платежных реквизитов.

6. Следует обращать внимание на адрес домена платежной системы, на которую вы заходите, обычно основной адрес подсвечивается более ярким светом в адресной строке браузера. В адресной строке браузера, например, в Опере 12, если сайт использует защищенный протокол, перед https (s от слова Secure) появляется слово «Безопасный» и значок замка. На сайтах, где важна безопасность передачи данных, в адресной строке вы можете увидеть подсвеченное зеленым цветом слово «Доверенный» и значок замка.
7. Все современные браузеры имеют механизм определения опасного содержимого. Если сайт занесен в базу мошеннических ресурсов, пользователь получает сообщение, которое трудно не заметить.
8. Не совершайте платежей из открытых (не запароленных) сетей Wi-Fi в кафе, ресторанах и т.д., а свою личную сеть следует защитить надежным паролем на роутере. Это нужно, чтобы злоумышленники не перехватили ваш трафик и не пользовались вашей сетью.
9. Если вы используете портативное устройство для совершения расчетов, то имейте в виду, что его легко украсть и получить доступ к хранящейся в нем информации.

Безопасность браузеров

Современные браузеры содержат средства защиты, с помощью которых можно сбросить персональные данные и скрыть историю работы в Интернете. В различных браузерах такие режимы называются разными способами.

1. Приватный просмотр (приватность) в Firefox. Выберите Инструменты/Настройки/Приватность. Поставьте флажок «Сообщать веб-сайтам, что я не хочу, чтобы за мной следили». В поле Firefox выберите пункт «не будет запоминать историю». В поле «При использовании панели адреса предлагать ссылки» можно выбрать несколько опций «из журнала и закладок», «из журнала», «из закладок» и «не предлагать».
2. Режим инкогнито в Google Chrome. Нажмите кнопку «Настройка и управление» в правом верхнем углу экрана. Затем выберите пункт меню «Новое окно в режиме инкогнито», откроется окно, приведенное ниже

Вы перешли в режим инкогнито. Страницы, которые вы просматриваете на этой вкладке, не будут отображаться в истории браузера или поиска и не оставят на вашем компьютере никаких следов (например, файлов cookie) после закрытия **всех** вкладок инкогнито. При этом будут сохранены все загруженные вами файлы и созданные закладки.



Переход в режим инкогнито никак не затрагивает других пользователей, серверы или программы. Остерегайтесь:

- веб-сайтов, собирающих информацию о вас;
- интернет-провайдеров и людей, отслеживающих посещаемые вами страницы;
- программ, регистрирующих нажатие клавиш (кейлогеров);
- секретных агентов, наблюдающих за вами;
- людей, стоящих у вас за спиной.

3. В браузере Опера имеется два режима приватного просмотра. Первый режим вызывается так: Опера/Вкладки и окна/Создать приватную вкладку. В этом режиме при закрытии приватной вкладки удаляется история просмотра страниц, все элементы КЭШа, файлы cookies и имена пользователей. Закрытую приватную вкладку нельзя восстановить. Второй режим приватности вызывается так: Опера/Вкладки и окна/Создать приватное окно. В этом режиме любые вкладки будут открываться в безопасном режиме. Скачанные на диск файлы и созданные закладки остаются в обоих режимах. Для удаления личных данных из браузера вручную можно использовать команду Опера/Настройки/Удалить личные данные. Кроме того, следы работы всех браузеров удаляются программой ccleaner.
4. Для обеспечения конфиденциальности сохранение паролей в браузере лучше отключить. Например в Chrome это делается так Настройки/Показать дополнительные настройки и снять флажки «Включить автозаполнение для внесения данных в веб-формы одним кликом» и «Предлагать сохранение паролей».
5. Для хранения персональных данных в защищенном виде существует сервис установщика паролей LastPass.com. Его можно устанавливать как в отдельные браузеры, так и во все браузеры Windows. Эти программы удаляют персональные данные с компьютера и могут автоматически устанавливать учетные данные на выбранных сайтах. Программы установщиков бесплатные, оплата \$12 в год берется только для мобильных устройств.

Безопасное хранение файлов

Важные данные следует хранить «в облаке», чтобы иметь возможность из любой точки мира получить к ним доступ. Нелишним будет также шифрование данных.

Сервис Wuala является одним из популярных и безопасных облачных сервисов. Данные хранятся на виртуальном диске, который доступен только после запуска программы клиента. Пароль не передается на удаленный сервер, и перехватить его невозможно. Данные копируются в зашифрованном виде, потому в случае кражи ноутбука клиент Wuala может быть запущен на другом компьютере и доступ к файлам будет обеспечен. Чтобы взломщик не смог

скопировать данные в облаке Wuala необходимо деактивировать флажок «Запомнить пароль» в окне авторизации (входа в систему) и каждый раз вводить пароль вручную. Измените также некоторые настройки. В меню Инструменты в пункте Настройки снимите флажок «Запускать Wuala при включении компьютера» и активизируйте флажок «Включить интеграцию с файловой системой» в чекбоксе Интеграция с файловой системой. После чего выберите любую букву виртуального диска для хранилища файлов. Диск будет доступен в проводнике, и можно будет сохранять документы прямо в Wuala. После закрытия клиента виртуальный диск отображаться не будет.

Безопасность при совершении покупок в Интернете

1. Покупайте товары только в хорошо известных и проверенных электронных магазинах, таких как, например, www.rozetka.com.ua. В таких магазинах доставка товара производится в фирменные пункты доставки, где их можно свободно получить с двухнедельной гарантией возврата денег.
2. Покупать новые товары на интернет-аукционах следует только после ознакомления с рейтингом продавца и отзывами о нем других покупателей. Это придаст вам уверенности в честности и надежности продавца. Пользуйтесь одним аукционом в своей стране. В Украине это www.aukro.ua
3. Не покупать подозрительно дешевые новые товары. Они, скорее всего, окажутся краденными. Под подозрительно дешевыми подразумеваются товары по западной себестоимости или с наценкой менее чем 50-100 гривен.
4. Покупая товар у продавца из другого города Украины, заказывайте доставку наложенным платежом службы «Новая Почта». В этом случае вы сможете оплатить посылку после проверки ее содержимого на соответствие вашим ожиданиям. Укрпочта такой возможности не дает.

Усиление безопасности сайта на CMS WordPress

WordPress является самой распространенной в мире системой управления контентом. На этой CMS легче всего создать коммерческий сайт в сети, однако следует кметь в виду, что более миллиона сайтов WordPress было взломано в 2011-2013 годах из-за того, что авторы не уделяли достаточного внимания вопросам безопасности. С помощью небольших усилий можно защитить ваш сайт под управлением WordPress и усилить его безопасность. Вот что нужно делать.

1. Не используйте имя «admin». Начиная с версии 3.0 WordPress имеет опцию, которая позволяет изменять имя администратора. Те, кто пытаются получить доступ к панели инструментов администратора непременно начнут с имени «admin». Если вы измените его, то потенциальным взломщикам придется подбирать не только пароль, но и имя администратора.
2. Установите плагин Login LockDown. Потенциальный взломщик попытается вскрыть комбинацию имя пользователя/пароль или провести словарную атаку экрана входа в систему вашего сайта. Плагин Login LockDown поможет

предотвратить попытки взлома. Он записывает IP адрес и время всех неудавшихся попыток входа. Если за короткий период времени будет обнаружено определенное количество попыток из одного диапазона IP адресов, то функция входа в систему будет заблокирована для всех запросов из данного диапазона. Таким методом можно существенно усложнить взлом сайта. По умолчанию плагин блокирует на 1 час блок IP адресов после 3 неудачных попыток входа в течение 5 минут. Установки можно изменить через панель настроек плагина.

3. Установите плагин Secure WordPress. На сайте под управлением WordPress есть много мест, которые могут сообщить взломщику номер версии системы и другую потенциально опасную информацию. Secure WordPress усиливает безопасность вашего WordPress сайта удаляя информацию об ошибках со страницы входа в систему, добавляя файл index.html в папки плагинов, скрывая номер версии системы и много другое.

4. Переместите файл wp-config.php. В файле wp-config.php имеется информация о параметрах соединения с базой данных и другие важные сведения, которые нужно хранить с особенной тщательностью. Начиная с версии WordPress 2.6 вы можете легко переместить данный файл из корневого каталога, в другой. WordPress будет автоматически искать данный файл, если не сможет прочесть его в корневом каталоге. Таким образом, только пользователь с FTP доступом сможет прочитать данный файл.

5. Измените префикс базы данных. По умолчанию таблицы WordPress используют префикс wp. Так как система имеет открытый исходный код, то если вы оставите префикс без изменений, любой желающий будет знать точные имена таблиц вашей базы данных. Вы можете изменить префикс таблиц баз данных в процессе установки. Для изменения префикса на уже работающей системе надо воспользоваться плагином WP Secure Scan.

6. Измените ключи безопасности. Если вы откроете файл wp-config.php вашей системы, то сможете найти 4 ключа безопасности:

```
1 define('AUTH_KEY', '');
2 define('SECURE_AUTH_KEY', '');
3 define('LOGGED_IN_KEY', '');
4 define('NONCE_KEY',');
```

Очень многие, даже опытные, пользователи оставляют данные ключи без изменений. Ключи безопасности используются при хэшировании паролей, чтобы усилить их. Посетите страницу <https://api.wordpress.org/secret-key/1.1> и скопируйте 4 сгенерированных ключа в файл wp-config.php вашей системы.

7. Всегда обновляйте CMS wordpress до последней версии, так как она имеет более высокий уровень безопасности. Также обязательно следите за обновлениями плагинов и тем. Обновление системы, плагинов и тем осуществляет очень просто из панели администратора.

8. Защитите папку wp-admin, используя плагин AskApache Password Protect, который добавляет серьезную защиту для папок wp-admin, wp-includes, wp-content, plugins.

9. Используйте более сильные пароли для входа в админпанель. Я лично после

взлома своего сайта использую пароль из 24 символов на двух языках, двух регистрах, содержащий цифры и специальные символы. Такой пароль взлому практически не поддается. Это простейший метод по усилению защиты вашей системы WordPress. Такой же по сложности пароль должен быть предоставлен вам хостинг провайдером. Однако, любой пароль, может быть украден с вашего компьютера с помощью вирусной атаки, поэтому уделяйте должное внимание защите от вирусов и троянов. Перед каждым входом в админпанель или на хостинг, следует тщательно проверять компьютер. Не забывайте также, что пароли могут быть разглашены вашими сотрудниками, поэтому каждый из них должен нести ответственность за распространение секретной информации. Чаще меняйте пароли и права доступа к ним.

10. Регулярно делайте резервные копии ваших данных. Данный совет косвенно касается безопасности. Если кто-нибудь взломает ваш сайт, а у вас не будет резервной копии, то восстановить систему будет достаточно сложно или невозможно. Регулярное резервное копирование просто необходимо. Удаляйте незадействованных пользователей из системы, а также неиспользуемые темы и плагины.

5.4 Важные рекомендации по повышению эффективности ведения бизнеса

1. Активно ведите бизнес в Интернет. Знания без действий ничего не стоят.
2. Думайте и продавайте выгоды для потребителя, а не сами продукты.
3. Если конкуренты начинают повторять или копировать ваши действия в Сети, то вы на правильном пути.
4. Повышайте посещаемость вашего сайта, при этом имейте в виду, что в первую очередь особую важность представляют целевые посетители (целевой трафик), которые заинтересованы в покупке ваших продуктов. Случайные посетители («мусорный трафик»), хоть и повышают рейтинг вашего сайта в поисковых системах, однако покупки они делать не будут.
5. Необходимо расширять и согласовывать между собой ваше представительство в Интернете: сайт компании, блог, форум, почтовые рассылки, сеть продающих мини-сайтов, социальные сети, баннеры, ссылки, контекстная реклама, информационные продукты (книги, спецдоклады, инструкции) и т.д.
6. Относитесь с симпатией и любовью к делу, которым вы занимаетесь, к себе и своим клиентам. Не бойтесь показывать свое воодушевленное лицо в видео-презентациях. Это повышает доверие клиентов и убеждает их в вашей компетентности.
7. Держите перед собой конкретные цифры вашего бизнеса. Стройте и анализируйте тренды продаж, выполняйте научное прогнозирование (по имеющимся цифровым исходным данным), внедряйте инновационные методы повышения дохода, запускайте новые проекты.

8. Прежде чем запустить проект изучите рынок и потребителей. Используйте статистику Яндекс.
9. Будьте любознательными, изучайте различные сферы жизнедеятельности, старайтесь быть разносторонним и культурным человеком.
10. Составляйте в обязательном порядке планы на год, квартал, месяц, неделю, на сегодняшний и завтрашний день и выполняйте их как закон. Придерживайтесь своих планов и старайтесь планировать реальные результаты.
11. Будьте самодисциплинированными, профессионал успешно делает работу, ту, которую нужно делать именно в данный момент, и даже ту, которая ему не нравится. Доводите дело до конца, не распыляйтесь, концентрируйтесь на главном. Не останавливайтесь на достигнутом.
12. Работайте со способными, ответственными и исполнительными людьми, напишите для них должностные инструкции и требуйте их исполнения, иначе всю работу придется делать вам самому. Учите их на ошибках и если они не хотят учиться, то избавляйтесь от них. Держите связь со всеми своими сотрудниками.
13. Будьте примером для подражания. От вас должны исходить только позитивные эмоции.
14. Не жалейте денег сотрудникам за хорошую работу, организуйте для них развивающие программы, поощряйте их бонусами, больше отдавайте, больше и получите.
15. Окружите себя профессионалами и партнерами, поддерживайте с ними связь, советуйтесь, общайтесь.
16. Анализируйте предложения партнеров и научитесь отказываться от невыгодных для вас предложений, даже если это грозит разрывом отношений, хотя партнерами следует дорожить, особенно с мыслями на перспективу.
17. Концентрируйтесь на деятельности, приносящей доход, в которой вы профессионал, не имитируйте активность, больше отдыхайте, занимайтесь спортом, поддерживайте свое здоровье.
18. Делегируйте рутинную работу своим подчиненным, расширяйте круг общения, новые знакомства могут сильно вам помочь.
19. Инвестируйте деньги в свое образование, не спешите тратить деньги, вначале разберитесь куда выгоднее их вложить.
20. Следите за рынком и сопоставляйте с ним свои ожидания, совмещайте свой бизнес с проектом по саморазвитию и с хобби. Свой бизнес – это лучший тренинг по саморазвитию и принятию решений.
21. Развивайте интуицию, не пытайтесь все время думать, нужно действовать даже при наличии риска и неполной информации. Сильнее прислушивайтесь к себе, не верьте советам других, они могут направить вас по ложному пути.
22. Не зацикливайтесь на изучении конкурентов, принимайте решения быстрее их, делайте больше попыток, общайтесь со своей аудиторией по различным каналам, в особенности в социальных сетях. Организуйте и ведите группы

по вашим проектам, собирайте целевую аудиторию, ведите блог, добивайтесь популярности.

23. Не относитесь к деньгам, как к самоцели, цель бизнеса – удовлетворение потребностей клиента, а деньги – лишь инструмент бизнеса, общий эквивалент ценностей. Деньгами нужно научиться пользоваться, а для этого нужно с ними практически работать, экспериментировать.
24. Ваш авторитет дороже денег, не скупитесь, ориентируйтесь на перспективу, не жадничайте на необходимых для бизнеса вещах, делегируйте рекламные компании профессионалам.
25. Пускайте деньги в оборот, контролируйте входящие и исходящие денежные потоки, это дисциплинирует и помогает избежать ненужных трат. Пытайтесь привлекать средства инвесторов для решения крупных задач.

5.5 Виртуальное общество. Взгляд в недалекое будущее

Вначале поставим вопрос: Существует ли виртуальная экономика? Да, существует, скажете вы <http://ei5.ru>, ведь существуют информационные (виртуальные) продукты, пользующиеся все возрастающим спросом у потребителей, существует рынок этих продуктов, цены на них, способы производства, оплаты и доставки потребителям.

Но, поставив этот вопрос, мы думали про другое смысловое значение экономики, есть ли какая-то особенная экономика, присущая информационным товарам, или экономические отношения между товаропроизводителем и потребителем каким-то образом принципиально изменились? И тогда мы должны отрицательно ответить на этот вопрос, нет никакой особенной экономики, присущей информационным товарам. Хотя сами товары нематериальны, деньги, заплаченные за них – тоже на первый взгляд виртуальные. И здесь мы замечаем, что деньги как раз платят и зарабатывают вполне реальные.

Когда вы покупаете книгу за реальные деньги в магазине, вы не думаете о существовании виртуальной экономики. Если задуматься, то разницы между электронной книгой и физической никакой нет, отличие между ними состоит, лишь в носителе информации. В электронной книге – это электрические сигналы, преобразуемые компьютером в буквы, слова и фразы, а в физической – носителем является бумага. Электронные книги не нужно доставлять покупателю на физическом носителе, хотя это и возможно с помощью таких носителей информации как, например, CD, DVD или Flash. При наличии Интернета покупатель может скачать любую книгу в виде файла, а затем прочесть ее на компьютере.

Попытаемся раскрыть **предпосылки появления виртуального общества и виртуальной экономики**. Начнем с того, что в начале нынешнего века пользователи сети Интернет кардинально меняют свое потребительское поведение. Опрос пользователей Интернет показал, что 82 % проводят свободное время совершенно иначе, чем раньше; 59 % заявили, что Интернет

для них является основным источником развлечений, половина опрошенных пользуются Интернетом во время, которое на телевидении называется «прайм-тайм», 79 % всех опрошенных ответили, что делают покупки по сети; 25 % ежедневно играют в сетевые компьютерные игры.

Интерактивность открывает потребителю новые возможности в онлайн доступе к услугам: банковским, консультационным, торговым, некоторым медицинским (типа диагностики). Ожидается, что к 2015 г. 50 % услуг будет оказываться через Интернет.

Благодаря возможностям Интернета увеличивается степень свободы выбора в индивидуальной организации потребления. Распространение надомной работы позволит более гибко распределять время между досугом и выполнением рабочих обязанностей. Покупки, посещения банка, визиты к врачу и т.д., для чего раньше приходилось выходить из дому, будут доступны в собственном жилище. Снизятся затраты времени на перемещение и пользование услугами. Изменится характер использования традиционных предметов потребления. Например, появятся холодильники, способные сами сделать заказ на продукты, если их не хватает.

В конечном итоге это приведет к существенной структурной перестройке экономики. Например, сократится сеть розничных магазинов и число работников торговли за счет появления виртуальных магазинов и торговых автоматов, снизится потребность в автомобилях так называемого «повседневного пользования», так как предпочтение будут отдавать автомобилям для путешествий в дни отпуска и т. д.

Основой развития виртуальной экономики является обмен: товар — материальные блага. В состав товара кроме продукта и инвестиций уже входит интеллектуально-информационная технология. Роль денег в той форме, в какой они есть, значительно падает. На первое место выходят материальные блага, которые можно получить за деньги, а именно элитное образование, высококачественное лечение, комфортабельный отдых, элитный туристский продукт, власть и, пожалуй, самое важное — это свободное время человека.

Информация, появившаяся как сбор сведений, стала рассматриваться независимо от конкретной физической природы рассматриваемого объекта. Это привело к появлению кибернетики. Кибернетика (гр. *kybernetike* — искусство управления) есть наука об общих чертах процессов и систем управления в технических устройствах, живых организмах и человеческих организациях. Слово кибернетика происходит от Ампера, который назвал этим словом в 1834 г. науку об управлении человеческим обществом. В 1947 г. профессор математики Технологического института в Массачусетс (США) Норберт Винер (1894-1964) выпустил книгу «Кибернетика, или управление и связь в живом организме и машине». В 1950 г. он издал в Польше свою вторую книгу «Кибернетика и общество». Так возникла наука, имеющая огромные возможности. Революционный взрыв, который произвела кибернетика в науке, — это открытие обратной связи. Понятие обратной связи означает, что все мы живем в мире систем: человек — это система, экономика — тоже система, мозг человека и компьютер — это те же системы.

Информационное общество или общество знаний — это общество, в котором производство информационного продукта главенствует над производством материальных ценностей.

Ключевые позиции во всех отраслях народнохозяйственного комплекса занимают знания. Знания становятся таким очевидным и решающим фактором развития общества, что они превращаются в стратегические ресурсы.

Стратегические ресурсы информационного общества – это умственный капитал, интеллектуальные способности человека, концентрация теоретических знаний, обработка информации, квалификация и переквалификация, умения и профессионализм. Информационное общество — это общество знаний.

Концепция информационного общества является разновидностью теории постиндустриального общества.

В постмодернистском обществе на первый план выходят такие параметры, как большая политическая активность, большие инвестиции в политическую деятельность, приоритет знаний, образования и научных исследований. Постмодернистское общество — это современное общество цивилизации начала XXI в. Социологи используют понятие «постмодернистское общество» как синоним постиндустриального общества.

Одной из важных предпосылок функционирования постмодернистского общества является плюрализм в производстве информации. В данном случае плюрализм (лат. pluralis — множественный) означает множественность мнений и взглядов. С другой стороны, файлы компьютеров различных хозяйствующих субъектов (корпораций, фирм, банков, страховых компаний и т. п.) содержат стратегически важную информацию. Государство, так или иначе, должно контролировать их, т.е. помимо плюрализма существует и государственный тоталитаризм.

Еще одной особенностью виртуального общества является широкое распространение **виртуальных средств массовой информации**. Виртуальным журналом можно назвать тематический блог, на котором автор выкладывает интересные новости и статьи. Не приходило ли вам в голову, что все, кто пишет интересные для определенной аудитории новости в блоги, автоматически становятся журналистами своих личных средств массовой информации. Действительно, кому теперь нужен, и кто будет тратить деньги на печатные копии различных журналов, напечатанных на бумаге – пусть даже и на глянцево́й. Разве что в поезде захочется пролистать что-то красивое и почитать что-то гламурное, если, конечно, нет с собой планшета или смартфона, с мобильным Интернетом.

Виртуальный журнал. Это веление времени, и этого уже не изменить. На смену десятков интересных бумажных журналов, которые мы читали раньше, приходят сотни тысяч электронных журналов – блогов, на которых можно найти практически любую информацию, которая интересует любого человека. Тот факт, что на блоге можно еще и заработать деньги не выходя из дома, делает их еще более популярными. Конкуренция превышает все мыслимые масштабы. Десятки миллионы блогов во всем мире открываются с целью заработка на рекламе или продаже материальных или виртуальных

(информационных) продуктов, однако пробиваются к заработкам один из ста, или один из двухсот самых талантливых или самых богатых авторов. Одни блоги превращаются в виртуальные журналы с многотысячной аудиторией (таких единицы), большинство же довольствуется довольно низкой посещаемостью до 100 человек в день, что не дает возможности заработка.

Сам себе журналист. Возникает резонный вопрос о традиционной журналистике. Да, она вырождается и переходит в виртуал. Будущее СМИ – в виртуальном информационном пространстве, которым является Интернет. Каждый человек – фактически является реальным или потенциальным СМИ, которое по его желанию может быть немедленно открыто в Интернете. Для этого предусмотрены как бесплатные хостинги, так и платные, на которых возможна коммерческая деятельность или виртуальный бизнес.

Это знаменательная веха в развитии цивилизации и открытости информации. Торжество свободы информации. Каждый – сам себе журналист, политический обозреватель и/или комментатор. Все это уже не фантастика, а реальность. Это все уже работает на планете Земля на всех континентах в полной мере, превращая всех жителей Земли в единый народ, связанный между собой информационными связями.

Виртуальное образование. Должен заметить, не смотря на грандиозность вышеописанных фактов, есть и другие сферы, в которых виртуализация общества преуспела. Во-первых, это образование. Тысячи видеокурсов различной тематики можно приобрести или скачать бесплатно в Интернете. Они заменяют традиционные образовательные учреждения: школы, лицеи, колледжи и университеты. Каждый может получить виртуальное образование. Пройдет десяток лет, и дипломы университетов, даже самых престижных, потеряют свою ценность. При устройстве на работу важно будет не систематическое образование, базирующееся на традиционной математике, а умение самостоятельно ставить и решать поставленные задачи с помощью компьютера и Интернета. Работодателя будет интересовать, да и уже сейчас интересуется, только один вопрос, что собственно человек умеет делать и может ли он с помощью своих знаний и умений помочь фирме улучшить эффективность ее работы и получить большую прибыль. Только это особо важно, остальное вторично.

Минусы виртуализации. Здесь мы затронули всего два аспекта виртуализации общества. Этих аспектов десятки и сотни, на которые следует обращать самое пристальное внимание всем без исключения. Потому что, вместе с положительными моментами, могут придти и отрицательные. Концентрация информационных ресурсов в руках горстки людей, на поисковых сервисах, в виртуальных офисах и журналах. Информация о каждом становится достоянием всех. Кто-то будет определять доступность определенной информации (управлять доступом), возможности заработка и, даже, здоровья людей. Если лайфстайл корпорации реализуют свои аппетиты, они станут хозяевами информации, знаний, а значит и всего мира. Не правда ли, это вызывает определенные беспокойства?

На рубеже XX – XXI вв. значительно обострилась **борьба за владение**

информацией. Причины возникновения информационных войн и их внутренние цели лежат, прежде всего, на ответственности журналистов и средств массовой информации, из которых сегодня они почти все «продажные», так как подчиняются воле одного человека — того, кто владеет СМИ, и финансирует их функционирование. Как известно, деньги, полученные на определенный заказ, надо отработать путем выполнения этого заказа.

Развитие постмодернистского общества вплотную связано с **виртуальной экономикой** и с электронным бизнесом.

Сущность экономии времени, которая присуща виртуальной экономике, заключается в ликвидации и минимизации ненужных затрат времени. Работа, выполняемая не выходя из дома, ликвидирует проблемы, связанные с удаленностью от места занятия и большей экономии времени, в том числе на проезд до работы и обратно. Это очень важно, если учесть, что в среднем продолжительность жизни человека составляет примерно 40 млн. минут, в том числе продолжительность активного периода его жизни — 24 млн. минут, а затраты времени на поездку от дома до работы и обратно — 4 млн. минут, то потеря главной ценности — жизни человека — равна 17 % активного периода его жизни.

Кроме того, виртуальная экономика отличается от традиционной рыночной экономики и базируется на новых, только ей присущих организационных признаках.

Пространственный признак отличия виртуальной экономики от обычной заключается в том, что вместо хозяйства района, области, страны появляется хозяйство всего земного шара, образуемое «всемирной паутиной». Сетью Интернет образуется глобальный рынок для всех стран.

Структурное отличия виртуальной экономики состоит в том, что вместо отраслей экономики отдельных стран, руководимых министерствами, получают преимущественное распространение руководство холдингами и транснациональными корпорациями. Появляются локальные рынки образованные доменами различного уровня сети Интернет (RUнет, UAнет и др.)

Ресурсный признак состоит в том, что помимо обычных товаров — материальных продуктов, недвижимости и инвестиций, появляются информационные товары, которые включают в себя в качестве ресурсов, информационные технологии. Широко распространяются информационные продукты в виде электронных книг, мультимедийных приложений, игр, рекламных текстов и т.д.

Технологический признак состоит в том, что рекламные функции телевидения, радио, телеграфа, телефона, телефакса переключаются в значительной мере на сеть Интернет и мобильную связь. Кроме того, в сети образуются сотни тысяч электронных магазинов, в которых можно купить любые товары.

Асимметричность рынка в виртуальной экономике, когда продавец знает о товаре значительно больше, чем покупатель, может привести к его несостоятельности. Для повышения уровня соответствия спроса покупателя

предложению продавца, т. е. для снижения асимметричности рынка, применяют определенные меры, образующие механизм симметричности виртуального рынка.

Способы достижения симметричности виртуального рынка

- рыночные сигналы;
- имидж продавца и/или производителя;
- поручительства, гарантии.

Рыночные сигналы (лат. *signum* — знак) — это дополнительная информация, идущая в виде сообщения от продавца к покупателю и позволяющая последнему лучше разобраться в товаре и в своих интересах к нему. Для доверия важны авторитетность, образованность, известность человека, передающего рыночные сигналы. В этом суть имиджа продавца и производителя.

Имидж (англ. *image* — образ) — представляет собой набор тех или иных ассоциаций по рыночному товару, которые в данный момент времени находятся в умах покупателя. Имидж — это целенаправленно сформированный образ какого-либо продукта, операции, производителя, продавца, покупателя. Уровень имиджа сравнивается ранжированием или рейтингом (англ. *rating* — оценка, класс, разряд). Рейтинг представляет собой индивидуальный числовой показатель уровня имиджа.

Поручительство и гарантия как способ достижения симметричности рынка означает надежность производителя (продавца) или покупателя данного продукта или услуги. Особенно эффективна система поручительства, когда невозможно количественное определение надежности или рейтинга продукта.

В виртуальной экономике действует более жесткая конкуренция между производителями, продавцами и покупателями товара, чем при традиционной экономике. Это приводит к глобализации рынков, где погоду делает имидж, рейтинги поисковых систем (PR, ТИЦ и др.) и посещаемость сайтов.

Появление виртуального общества требует ответа на вопрос: **Возможна ли его самоорганизация**, или развитие и здесь приведет к иерархической модели с верховным предитором наверху. Исследования ведутся на основе системного подхода на примере обычного (невиртуального) общества.

Самоорганизующейся социосистемой можно считать такую, которая формируется в условиях неограничиваемого присвоения в собственность природных ресурсов и отсутствия внешних и внутренних политических, экономических и каких-либо других ограничений.

Естественно, что в настоящее время таких социосистем не существует. Но ранее свободно развивающимися социосистемами (государствами) являлись, например, государства в Северной и Южной Америке. По такому же пути шло развитие России в XVIII-XIX вв. Примером близких к свободно самоорганизующимся социально-экономическим структурам являются сообщества диких племен джунглей, населения северных территорий, занимающихся скотоводством, охотой, рыболовством.

Развитие процессов самоорганизации, ведущих к структурированию

социосистемы, можно рассмотреть на примере однородной по всем признакам (национальным, языковым, религиозным и др.), территориально не разобщенной массы людей. В истории развития цивилизации подобных начальных условий отыскать невозможно. Но правомерность применения такой абстракции для анализа процесса подтверждается множеством примеров протекания отдельных событий, характеризующих ту или иную особенность или стадию процесса самоорганизации. Так, различные стадии структурирования можно наблюдать в хозяйственной деятельности и жизненном укладе населения северных территорий России (ненцев, чукчей), Приамурья (нивхов, уличей, орочей и др.), занимающиеся охотой и рыболовством; туземного населения тропических джунглей. В наиболее чистом виде, хотя и в миниатюре и не в полном развитии, данный процесс можно наблюдать в формировании отношений среди участников экспедиций (например, геологических или морских), в новых школьных классах, в концлагерях и тюрьмах и в других сообществах, где люди поначалу не знакомы друг с другом. В этих случаях прослеживается появление нескольких лидеров одновременно, формирование вокруг них групп, конкуренция между лидерами и группами, их слияние и формирование сообществ более высоких рангов.

В основе процессов **структуризации социосистем** лежат такие качества, как физическая сила, выносливость и находчивость, интеллект, коммуникабельность и честолюбие и др. Большой коллектив, как правило, состоит из индивидуумов, каждый из которых обладает каким-либо из этих качеств или несколькими. Однако способности человека проявляются в конкретных условиях среды и жизненных ситуациях. Когда ситуация и условия среды меняются часто, то можно наблюдать и смену лидеров, и соответствующую переструктуризацию систем. Обычно же, если численность населения достаточна, то структуризация развивается одновременно по различным направлениям хозяйственной деятельности и быта и структуры перекрывают друг друга полностью. В результате формируются устойчивые социально-экономические целостности первого ранга (не считая семьи), возглавляемые каждая своим лидером.

Когда на одной территории формируется множество одноранговых социосистем, то границы их постепенно приходят в соприкосновение и получают развитие функциональные отношения между ними. Наступает другая стадия структуризации – борьба за лидерство социосистем первого ранга и образование структур более высокого ранга, что сопровождается количественными и качественными изменениями их функций.

Повышение производительности и продуктивности любой из одноранговых систем возможно только за счет увеличения эффективности ее функционирования (эффективности использования ресурсов и труда) и изъятия части ресурсов и результатов труда (вещества, энергии и информации) у других социосистем.

Естественно полагать, что по истечении некоторого времени из однородной социосистемы **могут выделиться отдельные социосистемы с более высокой продуктивностью**. В результате они приобретают способность

формировать цели развития для остальной части систем и по отношению к ним **занимают более высокий ранг**. Потребности данной части социосистем в ресурсах возрастают, и в случае их дефицита высокоранговые системы начинают использовать ресурсы оставшейся части социосистем, тем самым ослабляя их и подчиняя себе; ослабленные социосистемы теряют свои цели развития и начинают функционировать ради достижения целей развития системы более высокого ранга.

Процесс дальнейшей структуризации общества может идти либо путем дихотомического слияния одноранговых систем (неаддитивного суммирования пар), либо путем поглощения какой-либо группой, получившей по тем или иным причинам статус более высокого ранга (например, по достоинствам ее идеи или по численности людей), других коллективов, меньших рангом.

При дихотомическом слиянии одноранговых коллективов формируются коллективы более высокого ранга. Это значит, что новая социосистема не только растет по численности, но и совершенствует свою идею (за счет неаддитивного суммирования идей социосистем низших рангов). При простом поглощении одним коллективом других идеология значительных изменений не претерпевает. Более того, идея “агрессора”, по мере роста численности людей в системе, укрепляется и подавляет все другие, как противоречащие, не соответствующие ей и потому “неверные”. В этом случае идейное развитие социосистемы затухает или вовсе прекращается: идея превращается в догму. Так распространялись, например, религиозные и коммунистические идеи.

Развитие высокоранговых социосистем – государств – обычно начинается с формирования общностей людей преимущественно одной национальности и религиозных убеждений. Пока общности не соприкасаются друг с другом, не формируются и их границы. Государство, как целостное самоорганизующееся образование, не существует, или выступает в качестве недоразвитой структуры. Но постепенно общность разрастается. Государство образуется при столкновении центростремительно расширяющихся общностей из множества центров и выступает как качественно новое, структурно оформленное социально-экономическое и политическое образование, имеющее четкие границы.

Границы между государствами – это не только отмеченная знаками линия, это еще и две полосы пространства, протягивающиеся вдоль границ с той и другой стороны, с развивающимися в пределах их социосистемами, отличающимися своей инфраструктурой, характером хозяйственной деятельности от таковых, располагающихся в глубине территории. Причем характер социально-экономических процессов в приграничной полосе прямо зависит от устойчивости границы, является ли она равновесной или нестабильной.

В последующем начинается **новая стадия структуризации** – конкурентная борьба государств (высокоранговых социосистем) между собой, ведущая к объединению одних и разделению и уничтожению других государств. Ясно, что на этом процесс не останавливается. Он продолжается как в системах низших (первых) рангов, так и в системах высоких рангов. В

результате формируется иерархически соподчиненная многогранговая структура, в которой прослеживаются характеризующие ее свойства:

- переход в ранги осуществляется как по возрастающим, так и по понижающимся ступеням (любая высокоранговая система может перейти в нижний ранг);
- социосистема более высокого ранга определяет цели развития социосистем нижних рангов; управляющей является система, достигшая наивысшего ранга, она же прямо или опосредованно определяет государственную власть;
- социосистема, имеющая более высокую иерархическую ступень, эксплуатирует социосистемы нижних ступеней, присваивая часть результатов их труда, используя их ресурсы, интеллектуальный потенциал и пр., ради достижения своих целей;
- социосистемы могут объединяться и разъединяться, качественно меняя свои свойства.

Одноранговые системы внутри государственной структуры, объединяясь, образуют **социальные слои общества**. При этом у них изменяются цели политического и экономического развития: политические и экономические цели неаддитивно суммируются с проявлением эффектов синергизма, кумуляции политической и социально-экономической энергии, направляемой как на созидание, так и на деградацию. Объединение одноранговых систем в социальные слои осуществляется политическими партиями, а они формируются в результате развития идей социально-экономической и политической организации.

Одноранговые системы, разъединяясь, теряют общие цели развития, и образуемый ими социальный слой, как таковой, свои политические (управляющие) функции не проявляет. Это происходит, если разрушаются объединявшие их политические идеи и, соответственно, деградируют политические партии – носители идей. Например, сейчас в Украине отсутствует слой интеллигенции. Она лишь проявляет себя в изолированных друг от друга группах по профессиональным интересам. Слой рабочих (рабочий класс) находится в стадии самоорганизации. Этот слой пока еще разрознен, поскольку его старые идеи были разрушены, а новые, объединяющие социосистемы в слой, еще не сформировались. По этим же причинам находятся в стадии формирования и политические партии.

При объединении систем различных рангов их свойства меняются иным образом: системы высших рангов, присоединяя к себе системы низших рангов, сохраняют цели своего развития; однако количественные изменения при этом приводят к изменению их политического и социально-экономического потенциала.

Рассмотрим несколько примеров. Объединение социосистем на принципиальной основе как равноправных субъектов ведет к образованию конфедеративного государства, функции которого не совпадают с функциями каждого из субъектов в отдельности ни до соединения, ни после. То есть

формируется принципиально новая социосистема. Соединение же двух систем (государств), из которых одна добровольно или путем физического подавления признала другую как систему более высокого ранга (Юж. и Сев. Вьетнам; ГДР и ФРГ и пр.), не может привести к изменению политических и социально-экономических целей развития социосистемы более высокого ранга.

Если две политические партии объединились бы на принципиальной основе, как партии высшего ранга, то образовалась бы новая партия высшего ранга, с новыми целями и новой политикой. Вхождение же одной партии в другую означал бы переход первой на более низкую ступень, и тогда политика второй партии, сохранившей свой высший ранг, не изменилась бы.

Закономерности объединения систем любой природы. В процессах самоорганизации любых целостных систем, какой бы природы они ни были, включая и социальные, не существует, по крайней мере, в течение длительного времени, такого их состояния, при котором бы одна система добровольно “работала” на другую, в ущерб себе. Процессы самоорганизации в системе направлены на уменьшение энтропии в ней, увеличение порядка, на совершенствование структуры функциональных отношений, на соответствие ее изменяющимся внешним и внутренним условиям. Однако во всех случаях уменьшение энтропии в одной системе осуществляется за счет увеличения энтропии в другой (и, следовательно, ее ослабления). Эта закономерность сохраняется в отношениях не только между социосистемами, но и между ними и экосистемами – средой обитания.

Если рассматривать эти отношения в историческом плане, то можно увидеть следующую закономерность. Вначале развитие социосистем и рост их продуктивности осуществляется за счет эксплуатации собственной среды обитания (экосистем), а затем, если сил достаточно, эксплуатации подвергаются граничащие с ними социосистемы, вместе со средой их обитания. Если силы оказывались равными, то формировались равновесные устойчивые границы между социосистемами – государствами. Процесс этот развивался одновременно из нескольких центров. Интерферируя на стыках границ, он давал начало образованию иерархически ниже стоящих социально-экономических структур, пути развития которых полностью определялись несколькими центрами. Так постепенно рисовалась современная политическая карта мира.

Процесс имеет закономерную направленность к формированию единого центра управления цивилизацией. Предпоследней стадией его является формирование двух примерно равных по силе действия центров влияния. До недавнего времени ими были, с одной стороны, так называемый социалистический лагерь во главе с СССР и Китаем, с другой – США с высокоразвитыми западными странами.

Другая закономерная направленность в развитии социосистем – их движение к состоянию равновесия и стабильности социально-экономических и политических отношений, что и наблюдалось между двумя вышеназванными центрами в период существования СССР. Однако рост экономики и социального благосостояния людей в любой из социосистем возможен лишь

вследствие нарушения установившегося равновесия и стабильности. Вообще говоря, в нарушении равновесия лежат основы социально-экономического развития. Иными словами, социально-экономические системы относятся к числу самоорганизующихся диссипативных структур, ведущих борьбу с равновесием, завершающуюся неустойчивым равновесием. При нарушении равновесия резко оживляются социально-экономические и политические процессы, перераспределяются потоки вещества, энергии и информации, изменяются в них расходы. Но при этом энтропия одних социосистем возрастает, а других – уменьшается, они становятся более сильными, более устойчивыми и более способными к нарушению устанавливающегося равновесия в будущем.

О необходимости единого центра управления (глобального предатора). Процессы движения к равновесию и нарушения его (удаления от него) объективны и вечны.

Борьба против равновесия в социально-экономических отношениях в ранние эпохи развития цивилизации была прямолинейной и представляла собой физическую борьбу, направленную на подчинение одной системы другой. Сейчас она стала многообразной по форме и содержанию, по методам проведения. Но если раньше она была направлена на расширение границ влияния и подчинение более сильными социосистемами слабо развитых на соседних территориях, то теперь эта борьба ведется за право управлять миром из единого центра.

Движение цивилизации к единому центру управления – процесс закономерный, **остановить его развитие невозможно, и в этом нет необходимости.** Вопрос сейчас стоит в иной плоскости: на каких принципах это управление будет осуществляться, и во имя каких целей, на каких принципах будет формироваться мировая власть и чьи интересы она будет блюсти и защищать. Сейчас есть основания полагать, что право управлять общемировыми социально-экономическими и экологическими процессами присваивается одной страной – Соединенными Штатами Америки. Но это ее право – право более сильного, использующего власть для удовлетворения в первую очередь собственных интересов. Необходима же мировая власть, характеризующаяся высокими нравственными качествами, управляющая миром в целях его сохранения, таким образом, удовлетворяя интересы всех.

Может показаться, что управление из единого центра предполагает установление равновесия и, следовательно, прекращение действия процессов самоорганизации и развития общества. По нашему представлению, мировая власть (Парламент Мира) необходима не для того, чтобы гасить неравновесные процессы. Она не должна мешать развитию процессов самоорганизации неравновесных состояний, но, опираясь на теорию, направлять их, и из русла сугубо меркантильных отношений между различными системами, предполагающих рост богатства одних и обеднение других, в том числе деградацию экосистем, переводить их в русло борьбы за нравственные отношения между ними и за соответствие результатов жизнедеятельности социально-экономических и экологических систем. Более того, это управление

должно быть одновременно направлено на использование развивающихся в экосистемах неравновесных состояний на увеличение их емкости и устойчивости.

Развитие цивилизации в будущем должно определяться новым содержанием понятия “прогресс”. Если сейчас под прогрессивным развитием понимается быстро нарастающий во времени и по пространству объем используемых веществ и энергии, создание индустриального общества, вытесняющего собой образующие биогеоценоз сообщества и движущегося к губительному критическому пределу, то в будущем понятие прогрессивное развитие должно иметь содержанием нарастающий во времени и по пространству процесс уменьшения до необходимого предела количества используемых веществ и энергии, что возможно только в виртуальном (информационном) обществе.

Итак, социосистемы при равноправных и взаимовыгодных отношениях между ними, даже при наличии неиссякаемых ресурсов, являются неустойчивыми и самопроизвольно структурируются на множество подсистем различных рангов. То же будет наблюдаться и в виртуальном обществе, поскольку природные ресурсы в нем потребляются в значительно меньшей степени.

В условиях же общего дефицита ресурсов в среде обитания, по мере заполнения ее емкости, получает развитие борьба за владение источниками вещества, энергии и информации. В случае действия права частной собственности на природные ресурсы расслоение социально-экономической системы принимает крайне обостренные формы, и вся социально-экономическая система тоже становится неустойчивой. Поэтому **виртуализация общества неизбежна**, и чем быстрее она будет происходить, тем меньше будет этих противоречий.

О невозможности свободно самоорганизующегося общества. В условиях свободно развивающихся процессов самоорганизации принципиально нельзя добиться устойчивости системы ни в форме равенства в распределении результатов труда вне зависимости от эффективности использования ресурсов, ни в форме распределения результатов труда соответственно эффективности их деятельности.

Свободная самоорганизация предполагает развитие различных видов социально-экономических структур. Но все эти структуры, представляя собой упорядоченные целостные социально-экономические образования, находятся в антагонистических отношениях. Образно говоря, все они “хищники”, дерущиеся между собой, уничтожая друг друга, подчиняя себе подобных. Каждая из них претендует на ведущую роль в формировании государства и его управлению, стремится ослабить другие государства и подчинить их себе. В качестве «жертвы», на «теле» и в организме которой разыгрывается эта борьба, выступает народ – та его часть, которая, не втягиваясь в политические коллизии, занимается созидательным трудом.

Развитие хаоса осуществляется за счет вовлечения в него народа, отрыва его от трудовой деятельности. Когда часть народа, занимающаяся

созидательным трудом, сокращается до некоторой критической величины, развитие хаоса угасает. Но уже не вследствие политических демпферов, а по причине угрозы голода и холода – “смирительной рубашки” хаоса, выполняющей роль обратной отрицательной связи. Развитый хаос характеризуется слабостью и крайней неустойчивостью государства.

Перевести систему из состояния хаоса в состояние упорядоченной целостности, идейно объединенной в движении к единой цели государственного развития, можно через **установление функциональной соподчиненности социальных структур**.

Но данный процесс самопроизвольно не происходит. Его разрешение через силовое взаимодействие, сопровождающееся подавлением противоборствующей стороны, – закономерное явление. Оно осуществляется, когда одна из групп (социосистем), получая перевес в силе, начинает лавинообразно наращивать свою мощь путем присоединения к себе одних и подавления других групп.

Сейчас мы можем наблюдать как эти группы (социосистемы) **захватывают информационное пространство**, подчиняя себе все виртуальное общество, причем и в реале и в виртуале действуют одни и те же олигархи.

Другой особенностью развития виртуального общества – появление виртуальных сообществ (комьюнити)— сообщества людей, объединенных общими интересами и являющихся не только постоянными посетителями сайта, но и общающихся между собой. Интерактивные свойства Сети помогают пользователю легко пойти на установление соответствующих контактов. Поэтому все традиционные маркетинговые методы, подразумевающие более или менее активное участие пользователя, находят весьма широкое применение в Интернете.

Ключ к успеху в интернет-коммерции — не только умение привлекать новых, но и способность удерживать уже имеющихся клиентов. Основной трафик на веб-сайте обеспечивают повторные посетители, поэтому коммерсанту важно сделать сайт таким, чтобы на него возвращались. “Возвратный” потенциал большинства интернет-магазинов колеблется в пределах 10—42% в зависимости от направления магазина.

По данным, опубликованным исследователями Гарвардской школы бизнеса, при увеличении показателя удержания клиентов всего на 5% — с 90% до 95% — прибыль компании до уплаты налогов может возрасти на 45%.

Организовать работу с клиентами помогает разработка стратегии компании по управлению отношениями с клиентами — CRM. Такая стратегия подразумевает сбор и обработку информации о потребностях и поведении клиентов для налаживания с ними более устойчивых отношений. В конечном счете, именно такие отношения и определяют успех в любом виде бизнеса.

В основе организации любого виртуального сообщества лежат три принципа:

- существует общность интересов;
- существует мотивация к обмену информацией;
- имеется способность к взаимодействию, т. е. есть доступ к Сети и адресам

других членов сообщества и (или) электронного посредника, координирующего взаимодействие участников.

У пользователей Интернета существуют разнообразные потребности и предпочтения и, как следствие, интерес к получению и обмену информацией по широкому спектру вопросов.

Для создания постоянной аудитории (первый этап создания комьюнити) используют различные способы. Наиболее распространена публикация тематических новостей. Это могут быть новости фирмы, отрасли, направления деятельности. Кроме публикации на сайте новости обычно дублируются в рассылке. Для того чтобы привлечь максимальное число посетителей, публикуют новости, подготовленные профессиональными информационными агентствами. Удачный способ публикации новостей — динамически обновляемые новости в бегущей строке. В числе других методов — разработка собственного форума, проведение голосований, экспресс-опросов, создание сервисов, призванных привлечь новых посетителей и обеспечить информационное взаимодействие с имеющимися и т. п. Рассмотрим все эти методы более подробно.

Исторически виртуальные сообщества начали образовываться вокруг онлайн-овых торгово-сервисных компаний (например, Amazon.com, eBay и т. п.), т. е. организаторами таких групп становились фирмы, предлагающие уже скомплектованные наборы товаров и услуг. В настоящее время маркетологи рекомендуют начинающим компаниям поступать наоборот — “отталкиваться” не от продаж определенной продукции, а от предпочтений и интересов конкретных групп потенциальных потребителей. Другими словами, специалисту по электронной коммерции лучше сначала построить информационную интернет-площадку для взаимодействия заинтересованных участников. А затем, выяснив интересы и предпочтения аудитории, предложить соответствующий набор товаров и услуг.

Например, при создании крупнейшей американской торговой сети PRODIGY выяснилось, что клиентам нужно, скорее, средство общения, нежели возможность совершать покупки в онлайн-овом режиме. Это особенно характерно для таких товаров, как подарки.

Виртуальные сообщества имеют собственные сайты, веб-страницы, а иногда и печатные издания. Эти информационные источники, пропагандируемые как самой компанией, так и членами сообщества, позволяют потенциальным потребителям увидеть отзывы людей, которые уже приобрели продукцию данной фирмы и во многих случаях восхищены ей.

Задача создаваемых сообществ не просто удержать людей, которые однажды уже заплатили компании, но и выявить их спрос на новую продукцию и дополнительные услуги. По мере формирования сообщества становятся ясными потребности его членов, которые сами подсказывают компании-организатору, какие товары и услуги будут иметь успех сейчас, а с какими следует подождать. Таким путем можно достичь оптимального сочетания выполняемых коммерческим предприятием функций: оно сумеет обеспечивать и реализацию коммерческих целей, и общение между членами сообщества.

Например, Toyota объединила всех американских владельцев недавно купленных автомобилей в веб-клуб, который помогает в решении повседневных задач, консультирует о возможном ремонте неполадок автомобилей, и, что немаловажно, убеждает всех нынешних членов клуба сделать марку Toyota своей пожизненной автомобильной маркой. Большинство из тех, кто сегодня — член клуба, когда придет время менять автомобиль, сделает выбор в пользу машин этой фирмы, тем более что клуб стимулирует такие желания системой скидок.

Формирование устойчивых виртуальных сообществ приводит к существенной модификации базовых бизнес-моделей сегмента «бизнес-потребитель».

Во-первых, интернет-магазины превращаются из электронных продавцов стандартных товаров или услуг в своеобразные “узлы добавленной стоимости”, которые способны предлагать клиентам разнообразное информационное и посредническое обслуживание. Не исключен такой вариант: приобретение профильной для интернет-магазина продукции станет представлять для потребителей меньший интерес, чем возможность общения и обмена информацией по интересующим их темам и получения сопутствующих услуг.

Во-вторых, виртуальные торгово-сервисные предприятия берут на себя дополнительные функции, связанные с координацией и управлением объединениями потребителей (например, организация клуба собаководов редкой породы собак или клуба владельцев автомобилей “Мерседес”). Электронные торговцы принимают на себя ответственность за обеспечение и наполнение информационных, коммуникационных и коммерческих элементов (т.е. своих сайтов), а также за поддержку взаимодействия между членами сообщества.

В-третьих, онлайн-торговля получает дополнительный канал для изучения потребителей, рекламы товаров и услуг, организации обратной связи, выявления целевых сегментов покупательской аудитории в рамках комьюнити и т.п. Причем этот канал оказывается гораздо более эффективным, чем традиционные виды и формы маркетинга, поскольку участники виртуального сообщества сами готовы предоставлять виртуальному торговцу-координатору необходимую для его бизнеса информацию.

Тем самым коммерческий ресурс, например интернет-магазин, решает проблему обеспечения лояльности потребителей и добивается конкурентных преимуществ на рынке, поскольку в глазах клиентов он превращается в своеобразного авторитетного эксперта по широкому кругу вопросов.

Методов создания виртуального сообщества много, целесообразно использовать сразу целый их спектр для достижения желаемого результата.

Прежде всего, следует оценить, для какой категории людей предназначен сайт, на кого он нацелен. Эта группа людей, называемая целевой аудиторией, содержит кандидатов в постоянную аудиторию. Таким образом, чрезвычайно важно точное определение границ целевой аудитории, чтобы точнее обрабатывать рекламные материалы и контент. Это позволит привлекать именно тех людей, которых может заинтересовать данная тематика и которые

могут стать членами виртуального сообщества.

Существуют и другие способы создания постоянной аудитории. Исследования показывают, что по-настоящему посещаемы и прибыльны только те сайты, куда однажды зашедшие посетители возвращаются вновь и вновь. Значит, специалисты по сайтпромоутингу должны создавать механизмы, обеспечивающие повторные посещения и в идеале делающие сайт важным инструментом общения посетителей.

Виртуальные сообщества легко создаются в социальных сетях, которых уже достаточно много. При соответствующем подходе возможно создание виртуальных сообществ подписчиков электронных почтовых рассылок. На большинстве сайтов, созданных на популярных CMS простейшие виртуальное сообщество, организуются с помощью механизма “Коммертарий”, имеющегося в конце каждой статьи. В CMS 1С-Битрикс реализованы механизмы CRM. Проведение вебинаров по основной тематике, также способствует объединению клиентов в виртуальные сообщества.

Анализ современной ситуации в электронной коммерции. Некоторые авторы считают, что в течение ближайших пяти лет сфера электронной коммерции будет погружена в пучину хаоса. Количество бизнесменов, которые сойдут со сцены, и количество новичков, которые потерпят крах, достигнет небывалой величины. В соответствии со статистикой, в среднем из всех тех, кто затевает собственный малый и средний бизнес, (электронную коммерцию) 95 % терпят крах в течение первых пяти лет.

Таким образом, из сотни новоиспеченных предпринимателей успеха добиваются только пять. В онлайн-бизнесе в течение ближайших нескольких лет эти среднестатистические показатели подвергнутся весьма своеобразной «поправке». Процент потерпевших поражение достигнет 99 % в самом ближайшем будущем. Из 100 человек, которые в самое ближайшее время затеют создание собственного бизнеса в онлайн, успеха добьется только один! И что самое интересное – с течением времени этот показатель будет сокращаться, и придет момент, когда даже среди сотни новичков не найдется ни одного человека, который добьется достойного результата. Почему все так печально?

В последнее время практически в любой нише онлайн-рынка резко усилилась конкурентная борьба. И ее размах превосходит все мыслимые и немыслимые показатели. Этот процесс разрастания конкуренции затрагивает и в самом скором будущем еще больше затронет абсолютно все сферы, варианты и виды онлайн-бизнеса, которые только существуют – владельцев онлайн-магазинов, участников многообразных партнерских программ, публицистов, разработчиков программного обеспечения, консультантов и всех остальных.

Судите сами:

- сегодня перед новичком, желающим начать собственный бизнес, стоит минимум препятствий – в частности, нет необходимости заботиться о солидном стартовом капитале;

- вести собственный бизнес можно откуда угодно, из любой точки земного шара, где есть выход в INTERNET;
- для того, чтобы вести собственный бизнес, отныне не нужно никаких особых хитроумных специальных навыков и умений, ибо большое количество операций можно переложить на программное обеспечение, управляться с которым можно с помощью нескольких кнопок;
- для того, чтобы начать собственный бизнес, отныне не нужно сдавать никаких экзаменов, не нужно проходить никаких тестов и пр.;
- практически каждый человек в этом мире может начать собственный онлайн-бизнес буквально в течение получаса.

Начать собственный онлайн-бизнес сегодня – гораздо дешевле, чем поставить на продуктовом рынке собственный ларек по торговле лимонадом. А умело организованный, и управляемый онлайн-бизнес может обеспечить своему владельцу миллионные прибыли – это доказанный факт. Итак, практически у каждого человека сегодня есть возможность начать осуществление собственного онлайн-бизнеса. И Вы думаете, что основная масса населения нашей планеты не воспользуется такой возможностью?! Обязательно воспользуется. Миллионы человек уже приступили к решению этой задачи и создали собственный онлайн-бизнес. На подходе еще десятки и сотни миллионов, которые займутся этим в самое ближайшее время. Тучи над новичками INTERNET-предпринимательства, таким образом, сгущаются.

Все это порождает одну любопытную тенденцию – чем больше людей начинают зарабатывать в онлайн-приличные суммы денег, тем больше других людей узнают об этом. Люди общаются между собой, заполняют налоговые декларации и прочие отчетные документы. И в процессе обмена этой информацией, становится все проще и проще объяснять другим, что мы занимаемся заработком денег в INTERNET. И на извечный вопрос: «И чем ты сейчас занимаешься?» все большее число людей начинают отвечать: «У меня собственный онлайн-бизнес».

Те времена, когда можно было выйти в Сеть и «срубить» на скорую руку несколько сотен баксов, безвозвратно канули в лету. Сегодня для того, чтобы заработать те же самые несколько сотен, придется немало потрудиться. Если сегодня с помощью написания и публикации 10 собственных статей Вам удалось привлечь на свои страницы определенное количество целевых посетителей, то в очень скором будущем для достижения того же результата Вам понадобится не менее 100 таких же статей.

Если сегодня с помощью определенных усилий в направлении поисковой оптимизации Вам удалось обеспечить на свои страницы 1000 уникальных целевых посетителей, то через некоторое время результат от таких же усилий вряд ли обеспечит Вам даже сотню потенциальных клиентов на Вашем сайте. Если сегодня из сотни потенциальных клиентов несколько человек покупают Ваши товары и услуги, то в очень скором будущем для обеспечения такого же количества продаж Вам придется поработать с тысячей потенциальных

клиентов. Совершенно очевидно, что в этих условиях обеспечить высокую прибыльность собственного онлайн-бизнеса становится все сложнее и сложнее.

Кстати говоря, количество разрабатываемого софта для решения каких-либо узкоспециализированных задач, является весьма неплохим индикатором перспективности и прибыльности того или иного направления деятельности. Применение подобных инструментов, вне всякого сомнения, способствует только обострению конкуренции в онлайн. Ибо то обстоятельство, что появление большого количества специализированного софта сигнализирует о перспективности направления работы в том, или ином направлении, понимаем не только мы с Вами. И, заметив наполнение «свободного пространства» специализированным софтом, толпы предпринимателей устремляются в ту или иную сферу, порождая тем самым все более и более высокую конкуренцию.

Все описанные процессы уже происходят в онлайн – прямо сейчас, в тот самый момент, когда Вы это читаете. Согласитесь, будущее INTERNET-маркетинга в свете всего сказанного выглядит весьма непривлекательным.

Количество отторженных новоиспеченных онлайн-предпринимателей будет постоянно возрастать. Абсолютное их большинство потерпят сокрушительный крах. Они покинут среду INTERNET-бизнеса, но их место займут другие начинающие. Но, в отличие от предыдущих этапов истории Сети, большинство тех, кто потерпит поражение в первый раз, попытаются вернуться и попробовать снова. Причем не один и не два раза – в свете достижения успеха другими людьми (которые, в отличие от провалившихся новичков, всегда на виду) они будут пытаться снова и снова.

Ключевые слова, которые Вы используете в своей работе, контекстные рекламные объявления, которые Вы составляете, товары, которые Вы продаете, цены, которые Вы устанавливаете, и даже цвета, в которые Вы раскрашиваете свои страницы – все это очевидно для окружающих и видно невооруженным глазом. Любую схему онлайн-бизнеса можно без каких бы то ни было проблем «расшифровать» и подвергнуть клонированию. Такое положение дел, естественно, только усугубляет и без того нерадостную картину.

Слышали что-нибудь о «правиле 80/20»? Уверен, что да. Но вряд ли Вам известно, что оно обозначает не только тот факт, что 80 % результата достигается с помощью 20 % усилий, но, и то обстоятельство, что 80 % всего достояния нашей планеты и всего благополучия контролируются 20 % ее жителей. Так вот, в INTERNET-маркетинге данная пропорция выглядит несколько иначе, особенно в свете тех изменений, которые уже начинают проявляться в полном объеме. Для нас это правило выглядит следующим образом: 1 % всех тех, кто работает в онлайн, очень скоро будут контролировать 99 % всех тех благ, которые способен принести онлайн-бизнес вообще. Можете называть это «правилом 99/1 INTERNET-маркетинга», если Вам так будет угодно. Процесс утверждения данного правила уже происходит в некоторых нишах онлайн-рынка. И все остальные ниши очень скоро придут с ними в полное соответствие.

Наращивание собственных результатов путем использования ресурсов

других людей и компаний всегда было и остается одной из самых важных и мощных стратегий за всю историю предпринимательства и обязательной составляющей любого успешного бизнеса в онлайн. Вы никогда не задумывались, почему в онлайн, точно так же как и в обычной жизни, богатые становятся все более и более богатыми? Как бы ни меняли свои алгоритмы Google, Yahoo! и им подобные ресурсы – определенное количество сайтов все равно остаются в первых результатах поиска и получают огромные массы бесплатного целевого трафика.

Никогда не замечали, что в определенных рыночных нишах очень тяжело привлекать аффилиатов в собственную партнерскую программу просто потому, что все, кто мог бы в ней участвовать, уже заняты в проектах, которые контролируют большую часть данного рынка? А Вы никогда не задумывались, как может среднестатистический новичок пытаться конкурировать с лидерами рынка за первые места в результатах поиска посредством поисковой оптимизации, если его конкуренты уже имеют, скажем, по 100 000 входящих ссылок на свои сайты каждый? Почему так происходит? Что лежит в основе успеха лидеров? Эти лидеры рынка изначально создавали собственный бизнес на основе стратегии расширения своего успеха за счет всех доступных им ресурсов других участников рынка, а затем они попросту начали использовать это расширение в своих целях, все быстрее и быстрее наращивая его темпы. Таким образом, среднестатистическому новичку становится с каждым днем все труднее «влезть» на рынок, где работают подобные лидеры.

В определенных нишах онлайн-рынка всегда будут присутствовать неотработанные и незамеченные возможности сколотить целое состояние. Точно так же на онлайн-рынке вообще всегда будут появляться все новые и новые рыночные ниши и «ниши в нишах». Те предприниматели, которые вовремя заметят эти возможности и воспользуются ими (вне зависимости от того, будут ли они новичками или профессионалами), при правильной постановке дела заработают огромное количество денег.

Так всегда было в истории человечества, и так всегда будет. Появление в нашей жизни INTERNET несколько не изменит сути этого положения дел. Следовательно, будут и такие новички онлайн-бизнеса, которые, даже если начнут развивать свое дело спустя 10 лет после того, как Вы прочтаете данные страницы, все равно сделаются миллионерами и даже миллиардерами. Это все так. Но вместе с тем нельзя игнорировать очевидный факт: с течением времени развитие бизнеса в онлайн будет становиться все более и более высококонкурентным занятием, соответственно, обнаруживать, замечать и разрабатывать подобные «неокученные огороды» будет становиться все сложнее и сложнее.

Возможно, Вы рассчитываете на то, что основная масса из тех самых 99 % обязательно потерпят крах и покинут Сеть, резко снизив, таким образом, уровень конкуренции? Это не совсем так. Во-первых, большинство потерпевших крах будут пытаться добиться успеха снова и снова. Иными словами, отток тех, кто решит порвать с бизнесом в Сети, не очень-то ослабит конкуренцию. А во-вторых, на место каждого, кто все-таки покинет

INTERNET, придут еще сотни и тысячи новых новичков, поэтому конкуренция все-таки будет расти, причем – в геометрической прогрессии. А теперь, когда все подобные моменты прояснены, у меня к Вам остается один-единственный вопрос. Хотите стать одним из доминирующих игроков на онлайнном рынке и заработать состояние?

Доминирующие позиции на любом онлайнном рынке занимает тот, кто обладает:

- А) максимальной средней стоимостью посетителя;
- Б) максимальным количеством целевого трафика.

Все на самом деле очень просто, и не нужно быть гением, чтобы понять главную причину неуспеха. Она банальна и элементарна, и заключается в том, что эти люди не дают целевому рынку того, что он хочет!

Не имеет равным счетом никакого значения, на каком рынке Вы работаете, что за товары и услуги продаете и кому их продаете.

На самом ли деле Вы улучшаете жизнь других людей своей работой? Подумайте над этим. Как следует, подумайте, хорошенько подумайте. Вы продаете товар, который на самом деле не имеет особой ценности и не решает в должной степени проблемы покупателя (даже в том случае, когда Вы можете неплохо заработать на его продажах) – Вы не делаете чью-либо жизнь лучше. И можете быть уверены, в том, что Ваш бизнес гарантированно рухнет, причем, скорее всего раньше, чем позже. Если Вы продаете какой-либо «бизнес-пакет», содержащаяся в котором информация на самом деле абсолютно неработоспособна и не может обеспечить покупателю обещанного результата (разве что только путем перепродажи этой требухи другим людям) – Вы не делаете чью-либо жизнь лучше.

Если Вы слишком сильно сосредоточены на том, чтобы сделать Вашу жизнь лучше с помощью тех денег, которые Вы можете заработать в собственном онлайнном бизнесе, шансы на то, что Вы не делаете лучше жизнь других людей, стремительно возрастают. И что самое ироничное – с этой точки зрения, чем больше Вы фокусируетесь только на том, чтобы заработать деньги – тем меньше денег Вы заработаете. Ваш бизнес должен быть основан – целиком и полностью, от начала и до конца – на том, чтобы сделать лучше жизнь каждого человека, который попадет в сферу Вашего бизнеса. В противном случае Вы попросту приговорены к поражению.

Если Вы намерены создать и развить собственный онлайнный бизнес (сегодня или в будущем) – Вам необходимо понимать, что следует сосредоточить все свои усилия на улучшении жизни других людей. И доминировать на любом рынке будет тот предприниматель, который сумеет обеспечить представителям своей целевой аудитории максимальное улучшение их жизни с помощью предлагаемых товаров и услуг. Если Вы не собираетесь создать такой бизнес, который будет всецело основан на улучшении жизни других людей и обслуживании их интересов и потребностей – можете даже не дергаться. Ваш бизнес умрет еще до того, как Вы решите дать ему жизнь.

5.6. Выводы к разделу 5

1. Работа современного менеджера, маркетолога или финансиста в настоящее время связана с сетью Интернет, главными элементами которой являются сайты. Эти специалисты не должны быть профессиональными дизайнерами, но их работа требует использования информационных систем, в которых все чаще применяются Интернет технологии, поэтому современный экономист должен обучиться теоретическим основам и овладеть практическими навыками эксплуатации современных динамических сайтов коммерческого назначения, которые построены с использованием промышленных систем управления контентом (CMS – Content management Systems). Обычно на современных сайтах на каждый содержательный документ имеется несколько ссылок: в тематическом разделе, в общем индексе и, наконец, на первой странице. Поэтому публикация документа — это не только добавление страницы, но и изменение нескольких других страниц, что в разы увеличивает трудоемкость и повышает риск испортить дизайн. Эти и другие проблемы статических сайтов, которые подробно рассмотрены в монографии, решаются использованием динамических сайтов, построенных на CMS.

2. Корпоративный сайт — это веб-ресурс, представляющий в сети Интернет интересы и результаты деятельности любой бизнес-структуры: компании, агентства, предприятия, банка или холдинга. За последнее десятилетие сфера корпоративного сайтостроения прошла путь эволюции от примитивных статических HTML – страниц, до интегрированных со всеми внутренними и внешними приложениями фирмы информационных систем, построенных по Интернет технологиям. Не актуальными и отсталыми в корпоративном секторе стали: сайты – визитные карточки, сайты – рекламные буклеты, сайты – книги и т.д. Таких сайтов в Интернете скопилось великое множество, в том числе и в промышленности, поэтому нельзя сказать, что они исчезли. Просто пришло другое, более современное понимание требований, которым эти сайты должны удовлетворять. Компании стали создавать не один, а множество сайтов – информационное пространство, предназначенное для решения частных специализированных задач: сайты отдельных бизнес процессов, сайты отдельных направлений бизнеса, торговых марок, сайты для разных групп потребителей и т.д.

3. В монографии рассмотрены наиболее распространенные платные и бесплатные CMS. Среди платных - лидером является 1С-Битрикс, среди бесплатных – Wordpress и Joomla. В корпоративном секторе ни Joomla, ни WordPress не могут обеспечить те функциональные возможности, которые дает, например, 1С-Битрикс. В начале деятельности малой или средней фирмы и даже крупной корпорации будет достаточно сайта на WordPress, создание которого ничего не будет стоить. Когда придет понимание того, что корпоративный сайт и корпоративная система за счет повышения

эффективности работы фирмы, дадут экономический эффект, компенсирующий за короткий срок начальные вложения денежных средств, только тогда следует выделить средства на покупку платной версии CMS 1С-Битрикс. Далее последуют расходы по разработке в Web студии сайта, интегрированного с используемой в корпорации ERP системой (она к этому времени должна уже эффективно работать), информационным порталом, банком, телефонией и эффективного сопровождения всего программного комплекса. Это потребует, как минимум, создания развитой информационной службы на предприятии. Расходы будут исчисляться десятками тысяч долларов, и их следует сделать, если будет обоснована целесообразность инвестиций, а не просто так, по велению моды.

4. В монографии рассмотрены программные продукты 1С-Битрикс: «Управление сайтом», «Корпоративный портал», «Битрикс 24», «Корпоративный портал – Аренда», «.NET Forge CMS». При необходимости можно ознакомиться с 1С-Битрикс более подробно на сайте <http://1c-bitrix.ua>.

5. Далее в монографии рассматриваются традиционные инструменты электронной коммерции, такие как: сайт компании, страница захвата подписчиков, сервер почтовых рассылок, страница подтверждения подписки на рассылку, серия писем, продающий минисайт, сервис оплаты товара, письмо подтверждения получения денег за товар, методы доставки товара клиенту, оформление документов, подтверждающих покупку. Эти инструменты должны использоваться, даже после заключения договора с UA-REGION, так как все они эффективны и, практически, бесплатны.

6. Очень серьезное значение в электронной коммерции следует уделять проблемам безопасности в Интернете. Соответствующие рекомендации даны в монографии в разделе 5.3, где рассмотрены: общие правила безопасности в сети, безопасность в социальных сетях, электронной почте и Web-серфинге, безопасность онлайн платежей, безопасность браузеров, безопасное хранение файлов, безопасность при совершении покупок в Интернете, усиление безопасности сайта на CMS WordPress.

7. В разделе 5.4 монографии приведены 25 советов по повышению эффективности электронного бизнеса в Интернет, а в разделе 5.5 рассмотрены особенности и перспективы электронной коммерции и виртуализации общества. Рассмотрены предпосылки появления виртуального общества и виртуальной экономики. Отмечено, что важной особенностью виртуального общества является широкое распространение виртуальных средств массовой информации, в частности виртуальных журналов - тематических блогов, на которых авторы выкладывают интересные новости и статьи. Широкое распространение получает виртуальное образование.

На рубеже XX – XXI вв. значительно обострилась борьба за владение информацией. В этой связи, вызывает опасение, концентрация

информационных ресурсов в руках горстки людей, на поисковых сервисах, в виртуальных офисах и журналах. Информация о каждом становится достоянием всех. Кто-то будет определять доступность определенной информации (управлять доступом), возможностями заработка и, даже, здоровьем людей. Если лайфстайл корпорации реализуют свои аппетиты, они станут хозяевами информации, знаний, а значит и всего мира

Развитие постмодернистского общества вплотную связано с виртуальной экономикой и с электронным бизнесом. Появление виртуального общества требует ответа на вопрос: возможна ли его самоорганизация, или развитие и здесь приведет к иерархической модели с глобальным предитором наверху. В условиях же общего дефицита ресурсов в среде обитания, по мере заполнения ее емкости, получает развитие борьба за владение источниками вещества, энергии и информации. В случае действия права частной собственности на природные ресурсы расслоение социально-экономической системы принимает крайне обостренные формы, и вся социально-экономическая система тоже становится неустойчивой. Поэтому виртуализация общества, требующая меньше природных ресурсов, неизбежна, и чем быстрее она будет происходить, тем меньше будет этих противоречий.

В условиях свободно развивающихся процессов самоорганизации принципиально нельзя добиться устойчивости системы ни в форме равенства в распределении результатов труда вне зависимости от эффективности использования ресурсов, ни в форме распределения результатов труда соответственно эффективности их деятельности. Развитие хаоса осуществляется за счет вовлечения в него народа, отрыва его от трудовой деятельности. Когда часть народа, занимающаяся созидательным трудом, сокращается до некоторой критической величины, развитие хаоса угасает. Но уже не вследствие политических демпферов, а по причине угрозы голода и холода – «смирительной рубашки» хаоса, выполняющей роль отрицательной обратной связи. Развитый хаос характеризуется слабостью и крайней неустойчивостью государства.

Перевести систему из состояния хаоса в состояние упорядоченной целостности, идейно объединенной в движении к единой цели государственного развития, можно через установление функциональной соподчиненности социальных структур. Но данный процесс самопроизвольно не происходит. Его разрешение через силовое взаимодействие, сопровождающееся физическим подавлением и уничтожением противоборствующей стороны, – это закономерное явление. Оно осуществляется, когда одна из групп (социосистем), получая перевес в силе, начинает лавинообразно наращивать свою мощь путем присоединения к себе одних и подавления других групп.

Сейчас мы можем наблюдать как эти группы (социосистемы) захватывают информационное пространство, подчиняя себе все виртуальное общество, причем и в реале и в виртуале действуют одни и те же лица.

Другой особенностью развития виртуального общества – появление виртуальных сообществ (комьюнити) — сообществ людей, объединенных

общими интересами и являющихся не только постоянными посетителями сайтов, но и общающихся между собой. Интерактивные свойства Сети помогают пользователю легко пойти на установление соответствующих контактов. Поэтому все традиционные маркетинговые методы, подразумевающие более или менее активное участие пользователя, находят весьма широкое применение в Интернете.

Ключ к успеху в электронной коммерции — не только умение привлекать новых, но и способность удерживать уже имеющихся клиентов. Основной трафик на веб-сайте обеспечивают повторные посетители, поэтому коммерсанту важно сделать сайт таким, чтобы на него возвращались клиенты. Возвратный потенциал большинства интернет-магазинов колеблется в пределах 10—42% в зависимости от направления магазина. По данным, опубликованным исследователями Гарвардской школы бизнеса, при увеличении показателя удержания клиентов всего на 5% — с 90% до 95% — доход компании может возрасти на 45%.

Организовать работу с клиентами помогает разработка стратегии компании по управлению отношениями с клиентами — CRM. Такая стратегия подразумевает сбор и обработку информации о потребностях и поведении клиентов для налаживания с ними более устойчивых отношений. В конечном счете, именно такие отношения и определяют успех в любом виде бизнеса

Некоторые авторы считают, что в течение ближайших пяти лет сфера электронной коммерции будет погружена в пучину хаоса. Количество бизнесменов, которые сойдут со сцены, и количество новичков, которые потерпят крах, достигнет небывалой величины. В соответствии со статистикой, в среднем из всех тех, кто затевает собственный малый и средний бизнес, (электронную коммерцию) 95 % терпят крах в течение первых пяти лет. Увеличение конкуренции приведет к тому, что из 100 человек, которые в самое ближайшее время затеют создание собственного бизнеса в онлайн, успеха добьется только один.

Главный совет для тех, кто намерен создать и развить собственный онлайн-бизнес (сегодня или в будущем) – вам необходимо понимать, что следует сосредоточить все свои усилия на улучшении жизни других людей. И доминировать на любом рынке будет тот предприниматель, который сумеет обеспечить представителям своей целевой аудитории максимальное улучшение их жизни с помощью предлагаемых товаров и услуг.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение, сформулируем общие выводы, вытекающие из текста и кратких выводов отдельных разделов монографии.

1. В монографии была поставлена **цель** – проанализировать опыт коммерческого использования сети Интернет на промышленных предприятиях, что необходимо для выявления имеющихся недостатков и выработки путей повышения эффективности электронной коммерции. Важность и актуальность этой задачи является очевидной, поскольку предприятия угольно-энергетического и горно-металлургического комплексов являются основными системообразующими предприятиями экономики Украины, от работы которых зависит жизнь всего населения страны.
2. Появление Интернет технологий и электронной коммерции привело к необходимости расширения применения антропометрического подхода к понятию информации и знаниям, а также изменения подходов к информатике и бизнес информатике на основе обобщенного определения технологии и информационной технологии. Показано, что любая технология состоит из трех основных компонентов (аппаратной, программной и интеллектуальной) образующих ядро технологии и окружающей его инфраструктуры. При таком рассмотрении информационная технология определяется как единство находящихся во взаимодействии, аппаратного, программного и интеллектуального обеспечения, встроенных в сеть отношений, необходимых для их поддержки, а бизнес информатика определяется как наука об использовании информационных технологий в бизнесе. Интернет технология также рассматривается как информационная технология, но имеющая другие ядро и инфраструктуру, а электронная коммерция – как наука об использовании Интернет технологий в бизнесе. Думается, что такая трактовка основных понятий найдет понимание и поддержку у специалистов, не отягощенных грузом старых взглядов, считающихся «традиционными».
3. Главной движущей силой сбора и анализа бизнес информации на предприятиях и организациях является повышение конкурентоспособности. Сейчас для эффективного использования информации фирмы чаще всего используют Интернет технологии. Широко применяются механизмы «трансформации» полученной в Интернет информации в знания и использования этих знаний как ресурса, аналогичного материальным, финансовым, программным или интеллектуальным. Пользу использование бизнес информации и знаний можно описать как улучшение взаимоотношений с клиентами и поставщиками, оптимизацию операций и процессов в бизнесе, а также от ускоренного доступа к ресурсам и услугам экспертов.

4. Далее в монографии рассматривается классификация коммерческих сайтов. Вначале приводится общая классификация, имеющая линейную структуру «от сложного - к простому». Затем более подробно рассмотрена классификация корпоративных сайтов. Предложено разделить корпоративные сайты на восемь классификационных групп, обозначаемых цифрами, и, в каждой группе, от 2 до 5 подгрупп, обозначаемых буквами. Например, если сайт имеет следующий функционал по каждой группе и подгруппе: 1ab, 2abc, 3abc, 4abcde, 5adc, 6abc, 7abcde, 8abcd, то по предложенной классификации данный корпоративный сайт имеет полный набор функциональных признаков, отвечающих самым передовым технологиям. Причем особенности web – дизайна в этой классификации не учитываются, чтобы не путать форму с содержанием и не загромождать классификацию малозначимыми признаками.

Приводятся отличия информационного бизнеса, которым занимаются индивидуальные предприниматели, от продажи материальных товаров, обычно реализуемой в корпоративном секторе. Рассмотрены преимущества информационного онлайн бизнеса, перечислены основные причины, дающие ответ на вопрос: почему лучше зарабатывать деньги в Интернете, чем в офлайне. Данная информация представлена в монографии для людей, высвобождающихся от работы на предприятиях, которые должны иметь представление о том, чем можно заняться, и как зарабатывать деньги не работая в шахте, металлургическом комбинате или на другом офлайн предприятии, которые в условиях постиндустриального общества становятся нерентабельными и подлежат закрытию. Если люди поймут это и научатся зарабатывать деньги электронной коммерцией, то спадет социальная напряженность, вызванная реструктуризацией угольно-энергетической, горно-металлургической, химической или иной отрасли. И, как нам видится, это единственно правильный путь, требующий, однако, серьезной переквалификации и получения дополнительного образования в области электронной коммерции, что, собственно, и предусмотрено международным проектом TEMPUS ECOMMIS, в рамках которого написана данная книга.

5. Угольная промышленность - одна из ключевых отраслей, обеспечивающая энергетику, металлургию и другие производства, а также население топливом и сырьём, является важнейшей составляющей промышленного потенциала Украины. Разработанная в рамках ДТЭК вертикально-интегрированная модель взаимодействия угольной и энергетической отраслей (производственную цепочку от добычи и обогащения угля до генерации и дистрибуции электроэнергии, см. раздел 2.5.2), является примером правильного и эффективного решения проблем украинской энергетики. Созданное на базе этой модели Министерство энергетики и угольной промышленности Украины (официальный сайт <http://mpe.kmu.gov.ua>) объединяет угольную, нефтегазовую, ядерную и электроэнергетику для комплексного решения проблем энергетики в Украине.

На сайте угольного портала Украины <http://ukrcoal.com/> представлен

каталог предприятий, связанных с угольной отраслью. Всего по Украине их 347. По областям: Донецкая – 159 предприятий, Луганская – 120, Львовская – 23, Днепропетровская – 19 и т.д. Всего 12 областей. В категории «Другие» приведено еще 254 предприятия, из них: заводов, выпускающих горношахтное оборудование – 149, предприятий торговли – 44, сбыта/поставки – 34, погрузки/транспорта – 14, холдингов – 8, угледобывающих – 3, обогатительных фабрик -2. В Рунете имеется еще один сайт MiningWiki — свободная шахтёрская энциклопедия.

http://miningwiki.ru/wiki/Заглавная_страница, в которой содержится подробная информация о действующих и закрытых угольных предприятиях Украины. В разделе 2.2 монографии представлен подробный анализ сайта угольного портала Украины <http://ukrcoal.com/>. Указаны особенности Web-дизайна, определены и проанализированы показатели посещаемости. Выделены преимущества и недостатки сайта, как основного коммерческого сайта предприятий угольной промышленности Украины. Главным недостатком следует считать низкую посещаемость сайта и малую известность у зарубежных партнеров, что не способствует привлечению новых зарубежных клиентов.

Далее в монографии приведены ссылки на сайты основных предприятий, занимающихся торговлей углем Днепропетровской, Донецкой, Луганской, Львовской и других областей Украины. Приведены скриншоты этих сайтов, отмечены их положительные и отрицательные особенности. Показано, что практически все сайты предприятий, торгующих углем, представляют собой простейшие сайты – визитки, которые не отвечают современным требованиям к корпоративным сайтам. Это говорит о недостаточной квалификации руководства компаний в области электронной коммерции, что не способствует увеличению объемов продажи угля как в Украине, так и за рубежом.

Наилучший, по нашему мнению, является сайт ООО «РЕСУРСКОМПАНИ» <http://www.resurskompani.com>, отличающийся от других по дизайну (слайдер с хорошо подобранными фотографиями) и содержанию. На сайте имеются такие элементы, как заявка на покупку угля, формы договора на поставку угля по Украине и форма внешнеэкономического контракта, которые можно скачать в формате Word и заполнить. На сайте в разделе «Онлайн тариф» имеется работающая программа «ТМ карта» по расчету стоимости перевозки угля. Кроме того, на сайте имеется подробная информация для пользователей об угле, которая знакомит клиентов с классификацией предлагаемых товаров. На сайте <http://region-vostok.com> имеется онлайн заявка на поставку угля, которая позволяет оформить заказ непосредственно с сайта компании, что является непосредственным признаком электронного магазина, хотя и в простейшей форме.

6. Далее в монографии выполнен анализ сайта корпорации Донецкая топливно-энергетическая компания (ДТЭК) www.dtek.com. Представлен скриншот страницы сайта «Добыча и обогащение угля», результаты

экономической деятельности компании, вертикально-интегрированная модель ДТЭК. Вертикальная интеграция – одно из главных конкурентных преимуществ компании на рынке. Стратегия развития ДТЭК предполагает сохранение сбалансированной цепочки уголь - генерация электроэнергии - дистрибуция. Анализ структуры корпорации позволяет сделать вывод о том, что ДТЭК является новым, прогрессивным объединением предприятий угольной и электроэнергетической отраслей промышленности, что, несомненно, способствует комплексному решению проблем, существовавших ранее в каждой из этих отдельно взятых отраслей. Кроме того, положительная рентабельность предприятия, говорит о существенных преимуществах частной собственности и реализованной вертикально - интегрированной модели, которая впоследствии была распространена на топливно-энергетическую отрасль в целом по Украине. И это внушает надежду, что проблемы угольной промышленности будут в скором времени решены. На сайте ДТЭК присутствует уникальная мультимедийная обучающая система, предназначенная для ознакомления клиентов с технологиями подземной добычи угля и производства электроэнергии. Однако сайт такой крупной компании, на наш взгляд, должен содержать признаки современного корпоративного портала, о которых подробно говорилось в разделе 1.3. Если это будет учтено руководством компании, технология электронной коммерции позволит значительно увеличить прибыль за счет привлечения новых отечественных и зарубежных клиентов и увеличения объемов продаж угля и других видов энергии.

Несомненным преимуществом ДТЭК по сравнению с государственными предприятиями является ее независимость от поддержки государства. Компания не нуждается в средствах налогоплательщиков. Ее выручка в 2011 году составила 39 594 млн. грн., а чистая прибыль 3 522 млн. грн. Более того, компания ДТЭК и ее владелец Ринат Ахметов, являются крупнейшими налогоплательщиком в бюджет Украины http://ru.wikipedia.org/wiki/Ринат_Ахметов. На предприятиях ДТЭК отсутствует социальная напряженность, а зарплата трудящихся примерно вдвое превышает среднюю по стране.

7. Далее в монографии проанализирован портал Уголь <http://coalmarket.com.ua/>. Портал предоставляет справочную информацию по темам: Уголь каменный, горно-шахтное оборудование, характеристики, добыча, рынки, месторождения, марки угля. Приведен анализ тенденций изменения цен на уголь, показано, что цены на уголь имеют тенденцию к возрастанию, оставаясь достаточно низкими (около \$100 за т.), однако наблюдается примерный баланс между спросом и предложением угля на российском и мировом рынках, что говорит о необходимости снижения себестоимости украинского угля для рентабельной работы государственных угольных предприятий.

В разделе 2.9 монографии рассмотрены проблемы закрытия и приватизации государственных предприятий угольной промышленности

Украины. Рассмотрены данные, приведенные в Интернет справочниках – Википедии <http://ru.wikipedia.org> и горной википедии MiningWiki — свободной шахтёрской энциклопедии http://miningwiki.ru/wiki/Заглавная_страница. Имеется ссылка на уже закрытые предприятия http://miningwiki.ru/wiki/Список:Закрытые_шахты_Украины. На сайте министерства http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/article?art_id=231058&cat_id=3508 1 приведен новейший перечень из 66 предприятий, подлежащих приватизации. С перечнем закрывающихся предприятий пока окончательного решения не принято, однако тезис о том, что рентабельные предприятия нужно приватизировать, а нерентабельные предприятия нужно закрывать не вызывает сомнений и подтверждается многолетним опытом реформ как в Украине, так и за рубежом, в частности в Китае.

8. Горно-металлургический комплекс - одна из ключевых отраслей промышленного потенциала Украины. На территории Украины располагается 20% мировых запасов железной руды. Доля Украины в мировом производстве железной руды составляет около 5 %. По запасам железорудного сырья Украина занимает первое место в мире, а по объемам производства — седьмое. Предприятия отрасли выпускают весь спектр железорудного сырья: кусковую и мелкую железную руду, железорудный концентрат, окатыши и агломерат. Производственные мощности, которыми располагают предприятия, позволяют не только обеспечить сырьем отечественные металлургические заводы, но и экспортировать значительную часть продукции. В горно-металлургический комплекс (ГМК) Украины входят 365 организаций разной формы собственности, среди которых 15 металлургических комбинатов и заводов, 12 коксохимических предприятий, 12 огнеупорных заводов, 26 предприятий горнорудной отрасли, 70 предприятий, работающих на цветную металлургию. ГМКУ производит около 27% ВВП, в отрасли работает более 530 тыс. человек, что составляет 3,5% трудоспособного населения Украины.

За последние 3 года доля Украины в общих объемах производства стали в СНГ колебалась на уровне 28–35%. Для СНГ Украина была значительным производителем стали, на которого в среднем приходилось треть объемов производства. В разрезе мирового рынка Украина, как производитель стали, медленно теряла долю, как и производители из СНГ в целом. С февраля 2009 года по июнь 2012 года доля Украины в мировом производстве снизилась с 2,68% до 2,24%, а в феврале 2012 года она была близка к психологическому барьеру в 2%. Украинских металлургов вместе с их российскими коллегами вытесняли китайские производители, доля которых на мировом рынке росла. Одна из причин роста производства стали в Азии – продолжающейся экономической подъем в этом регионе (подробнее см. раздел 3.2). В 2011 году самым крупным предприятием ГМК по размеру выручки стал металлургический комбинат «Азовсталь» (г. Мариуполь). Выручка комбината

за 2011 год составила 44,423 млрд. грн, вторым по объему выручки стал «Металлургический комбинат им. Ильича» 35,759 млрд. грн. (г. Мариуполь). Оба комбината контролировались холдинговой компанией «Метинвест». Однако центром прибыли в ГКМ в 2011 году оставались горно-обогатительные комбинаты. Увеличение чистой прибыли в 2011 году продемонстрировала четверка лидеров: Ингулецкий (ИнГОК), Северный (СевГОК), Южный и Центральный горно-обогатительные комбинаты. Входящие в группу «Метинвест» ИнГОК и СевГОК нарастили чистую прибыль по сравнению с 2010 годом в два раза (до 6 млрд. 584 млн. грн) и в 2,4 раза (до 6 млрд. 249 млн. грн) соответственно.

9. Наибольшим предприятием горно-металлургического комплекса Украины является холдинг МетИнвест. Вертикально интегрированная модель МетИнвест включает горнодобывающий и металлургический дивизионы. Метинвест является крупнейшим в Украине и одним из крупнейших в СНГ производителей железорудного сырья (ЖРС), а также входит в десятку ведущих мировых производителей этого вида сырья. Метинвест - крупнейший в Украине производитель коксующегося угля. В его состав входят: Ингок, Севгок, Цгок, Комсомольское рудоуправление, Краснодонуголь и Компания United Coal (США). Металлургический дивизион объединяет коксохимическое, сталеплавильное, прокатное и трубное производства Группы Метинвест. В Металлургический дивизион входит 8 металлургических предприятий в Украине и странах Европы: Металлургический комбинат «Азовсталь»; Мариупольский металлургический комбинат им. Ильича; Енакиевский металлургический завод; Харцызский трубный завод, являющийся единственным производителем сварных труб большого диаметра в Украине; а также Авдеевский коксохимический завод - один из ведущих в Европе и крупнейшее в Украине коксохимическое предприятие и крупнейший производитель нафталина в Европе - Инкор и Ко. В Европе Группа Метинвест представлена прокатными предприятиями в Италии, Великобритании и Болгарии. Ferriera Valsider (Верона, Италия) производит порядка 500 тыс. тонн толстолистового и рулонного проката в год. Metinvest Trameal и Spartan UK производят толстолистовой прокат и расположены в Сан-Джорджо ди Ногаро (Италия) и Ньюкасл (Великобритания) соответственно. Промет Стил АД — современное прокатное предприятие в Болгарии, основной продукцией которого является сортовой и фасонный прокат. Скриншоты сайтов и краткие характеристики этих предприятий приведены в монографии.

10. Сайт МетИнвест, как и следовало ожидать, наиболее полно отражает предъявляемые требования к электронной коммерции, на нем имеется портал продаж, в то время как другие предприятия ограничиваются лишь представительством в Интернете (сайты – расширенные визитки). Визуализация портала продаж представлена в тексте монографии в виде многочисленных взаимосвязанных окон, проходя по которым клиент

выбирает нужную продукцию. В МетИнвест большое внимание уделяется качеству продаваемой продукции и ее соответствию требованиям международного стандарта ISO 9001.

11. Достаточно современный дизайн, с использованием систем управления контентом WordPress и Joomla имеет сайт Югока. ПАО «Сухая балка» имеет представительство на портале Рудана. Много полезной информации содержится также на автономном сайте публичного акционерного общества «АрселорМиттал Кривой Рог» (бывший металлургический комбинат Криворожсталь) и на сайте Запорожского железорудного комбината. Однако необходимых атрибутов, необходимых для электронной коммерции на них нет, кроме реквизитов. Аналогичная ситуация и на других сайтах, представленных в монографии, горно-металлургического комплекса, включая предприятия, специализирующиеся на марганце и титане. Положительной особенностью можно считать наличие информационной поддержки коммерческой деятельности промышленных предприятий Украины на сайте <http://www.ua-region.info>. Об этом подробно изложено в четвертой главе монографии.

12. Большой интерес представляют еще три крупнейших предприятия Днепропетровской области. Первое из них, реализующее вертикально интегрированную технологию производства стали, «Евраз Груп С.А.». В состав Евраз, в частности, входит Днепропетровский металлургический завод им. Петровского и еще четыре украинских предприятия: коксохимический завод «Баглейкокс», Днепропетровский коксохимический завод «Днепрококс», Днепродзержинский коксохимический завод «ДКХЗ» и горно-обогатительный комбинат «Суша Балка» на Украине. Евраз занимает лидирующее положение в металлургии России и выпускает более 17 млн. тонн стали в год.

Второе крупнейшее предприятие – ДМК им. Дзержинского-градообразующее предприятие г. Днепродзержинска с государственной формой собственности является нерентабельным и требует дотаций из бюджета.

Третье – ООО НТЗ Интерпайп, на котором впервые за годы независимости введен в эксплуатацию сталеплавильный завод «Электросталь», в строительство которого было инвестировано более \$ 700 млн., и который начал выпуск качественных труб и ж/д колес, пользующихся спросом как в Украине, так и за рубежом. К сожалению, сайты всех этих предприятий качественно не подготовлены к электронной коммерции.

В целом, горно-металлургический комплекс по своим масштабам является самым крупным в Украине, приносящим доход в казну государства, в основном, за счет приватизированных предприятий. Внедрение на этих предприятиях активной коммерческой деятельности в Интернете способно увеличить объемы продаж металлургической продукции и повысить в целом эффективность экономики Украины. Об этом идет речь в последующих разделах монографии.

13. Раскрутка корпоративного бизнеса в сети Интернет является профильным направлением бизнес-портала UA-REGION. Учитывая различные цели и потребности малого, среднего и крупного бизнеса UA-REGION создал уникальные пакеты услуг, которые смогут принести пользу каждому клиенту: пакет «VIP»: Максимальный бизнес рейтинг; пакет «Оптимальный»; пакет «Эффективный»; пакет «Бюджетный». В монографии представлено подробное описание и анализ предлагаемых UA-REGION пакетов услуг. Каждый пакет предлагает: Высокий рейтинг в бизнес каталогах UA-REGION; Размещение наиболее полного профиля вашей компании на всех сайтах, входящих в Единую систему деловой информации «Все предприятия Украины»; Обеспечение индексации профиля вашей компании популярными поисковыми системами. Достижение максимального рейтинга вашей компании в самых популярных поисковых системах (Google, Yandex, META); Продвижение вашего бизнеса на сайтах сети «Бизнес-Гид™»; Участие во всех специальных акциях и получение дополнительных возможностей; Получение бонуса - электронного каталога на компакт-диске «Предприятия Украины. UA-REGION предлагает своим клиентам воспользоваться тщательно структурированной системой, в основе которой лежит самая полная база данных предприятий Украины. На сегодняшний день в ней зарегистрировано более 386000 юридических и физических лиц, что позволяет получить полную информацию о деятельности конкурентов в интересующей отрасли, о существующих компаниях, сотрудничество с которыми принесёт пользу для развития бизнеса. В свою очередь, благодаря регистрации в столь обширном бизнес-каталоге, информация о вашей компании будет доступна всем потенциальным партнёрам и клиентам. Доступность и краткость информации, размещённой в электронных базах данных, широкие возможности поиска по различным отраслям и регионам Украины, — обеспечат лёгкость нахождения вашей компании. А полнота и актуальность сведений помогут привлечь новых клиентов, улучшить имидж и продемонстрировать конкурентам силу своих позиций.

14. Разработки UA-REGION, после тщательного тестирования и отладки, полностью автоматизированы и легко импортируются в любую, имеющуюся уже базу данных. Для самых популярных из них UA-REGION были созданы плагины, ориентированные под конкретную CRM-систему ведущих фирм разработчиков: Базы данных предприятий Украины для CRM компании «Terrasoft»; SugarCRM; АПЕК CRM. Кроме того, UA-REGION поможет разработать CRM «под ключ» и внедрить ее для вашего бизнеса.

Реклама на сайтах UA-REGION позволит промышленному предприятию сделать мощный рывок в своей деловой сфере. Десятки тысяч посетителей порталов UA-REGION увидят вашу рекламу, а многие станут клиентами предприятия. Реклама размещается на сайтах в виде баннеров. Яркие и оригинальные, они будут привлекать посетителей на ваш сайт.

15. Каждый производитель стремится реализовать, как можно больше своего товара. Наилучшим помощником в этом деле может стать прямой маркетинг (Direct Marketing). Он подразумевает общение напрямую, при котором производитель вступает в активный диалог с потенциальным покупателем. В результате такого общения, устанавливается позитивный контакт, и как следствие, приобретается товар. Связь, налаженная благодаря приемам директ-маркетинга настолько прочна, что потребитель снова и снова будет возвращаться к вам, как к единственному производителю и совершать многократные покупки. Более того, довольный клиент будет делиться своими впечатлениями от приятного сотрудничества со своим окружением, с людьми, которые тоже захотят приобрести именно вашу продукцию и только ее. Помните, что первым шагом, следует определить свою целевую аудиторию и выяснить координаты для связи персонально с каждым. Это наиболее кропотливый и трудоемкий участок работы. Для того чтоб вы не тратили драгоценного времени и переходили сразу к следующему этапу, UA-REGION предлагает вам готовые базы данных клиентов для директ-маркетинга. Имея на руках эту информацию, вы сможете организовать почтовую рассылку, в том числе и электронную, телефонный обзвон, или посетить потенциального покупателя лично.

В итоге можно сделать заключение, что использование предлагаемых UA-REGION сервисов по раскрутке и продвижению бизнеса значительно увеличит эффективность бизнеса, в частности на горных предприятиях, если они используют имеющиеся наработки и базы данных UA-REGION. Однако, вначале нужно понять технологию Интернет коммерции, ее инструменты и возможности. Об этом идет речь в пятой главе монографии.

16. Работа современного менеджера, маркетолога или финансиста в настоящее время связана с сетью Интернет, главными элементами которой являются сайты. Эти специалисты не должны быть профессиональными дизайнерами, но их работа требует использования информационных систем, в которых все чаще применяются Интернет технологии, поэтому современный экономист должен обучиться теоретическим основам и овладеть практическими навыками эксплуатации современных динамических сайтов коммерческого назначения, которые построены с использованием промышленных систем управления контентом (CMS – Content management Systems). Обычно на современных сайтах на каждый содержательный документ имеется несколько ссылок: в тематическом разделе, в общем индексе и, наконец, на первой странице. Поэтому публикация документа — это не только добавление страницы, но и изменение нескольких других страниц, что в разы увеличивает трудоемкость и повышает риск испортить дизайн. Эти и другие проблемы статических сайтов, которые подробно рассмотрены в монографии, решаются использованием динамических сайтов, построенных на CMS.

Корпоративный сайт — это веб-ресурс, представляющий в сети Интернет интересы и результаты деятельности любой бизнес-структуры: компании,

агентства, предприятия, банка или холдинга. За последнее десятилетие сфера корпоративного сайтостроения прошла путь эволюции от примитивных статических HTML – страниц, до интегрированных со всеми внутренними и внешними приложениями фирмы информационных систем, построенных по Интернет технологиям. Не актуальными и отсталыми в корпоративном секторе стали: сайты – визитные карточки, сайты – рекламные буклеты, сайты – книги и т.д. Таких сайтов в Интернете скопилось великое множество, в том числе и в горной промышленности, поэтому нельзя сказать, что они исчезли. Просто пришло другое, более современное понимание требований, которым эти сайты должны удовлетворять. Компании стали создавать не один, а множество сайтов – информационное пространство, предназначенное для решения частных специализированных задач: сайты отдельных бизнес процессов, сайты отдельных направлений бизнеса, торговых марок, сайты для разных групп потребителей и т.д.

17. В монографии рассмотрены наиболее распространенные платные и бесплатные CMS. Среди платных - лидером является 1С-Битрикс, среди бесплатных – Wordpress и Joomla. В корпоративном секторе ни Joomla, ни WordPress не могут обеспечить те функциональные возможности, которые дает, например, 1С-Битрикс. В начале деятельности малой или средней фирмы и даже крупной корпорации будет достаточно сайта на WordPress, создание которого ничего не будет стоить. Когда придет понимание того, что корпоративный сайт и корпоративная система за счет повышения эффективности работы фирмы, дадут экономический эффект, компенсирующий за короткий срок начальные вложения денежных средств, только тогда следует выделить средства на покупку платной версии CMS 1С-Битрикс. Далее последуют расходы по разработке в Web студии сайта, интегрированного с используемой в корпорации ERP системой (она к этому времени должна уже эффективно работать), информационным порталом, банком, телефонией и эффективного сопровождения всего программного комплекса. Это потребует, как минимум, создания развитой информационной службы на предприятии. Расходы будут исчисляться десятками тысяч долларов, и их следует сделать, если будет обоснована целесообразность инвестиций, а не просто так, по велению моды.

В монографии рассмотрены программные продукты 1С-Битрикс: «Управление сайтом», «Корпоративный портал», «Битрикс 24», «Корпоративный портал – Аренда», «.NET Forge CMS». При необходимости можно ознакомиться с 1С- Битрикс более подробно на сайте <http://1c-bitrix.ua>.

18. Далее в монографии рассматриваются традиционные инструменты электронной коммерции, такие как: сайт компании, страница захвата подписчиков, сервер почтовых рассылок, страница подтверждения подписки на рассылку, серия писем, продающий минисайт, сервис оплаты товара, письмо подтверждения получения денег за товар, методы доставки товара клиенту, оформление документов, подтверждающих покупку. Эти

инструменты должны использоваться всегда, даже после заключения договора с UA-REGION, так как все они эффективны и, практически, бесплатны.

Отмечается, что очень серьезное значение в электронной коммерции следует уделять проблемам безопасности в Интернете. Соответствующие рекомендации даны в монографии в разделе 5.3, где рассмотрены: общие правила безопасности в сети, безопасность в социальных сетях, электронной почте и Web-серфинге, безопасность онлайн платежей, безопасность браузеров, безопасное хранение файлов, безопасность при совершении покупок в Интернете, усиление безопасности сайта на CMS WordPress.

18. В разделе 5.4 монографии приведены рекомендации по повышению эффективности электронного бизнеса в Интернет, а в разделе 5.5 рассмотрены особенности и перспективы электронной коммерции и виртуализации общества. Рассмотрены предпосылки появления виртуального общества и виртуальной экономики. Отмечено, что важной особенностью виртуального общества является широкое распространение виртуальных средств массовой информации, в частности виртуальных журналов - тематических блогов, на которых авторы выкладывают интересные новости и статьи. Широкое распространение получает виртуальное образование.

На рубеже XX – XXI вв. значительно обострилась борьба за владение информацией. В этой связи, вызывает опасение, концентрация информационных ресурсов в руках горстки людей, на поисковых сервисах, в виртуальных офисах и журналах. Информация о каждом становится достоянием всех. Кто-то будет определять доступность определенной информации (управлять доступом), возможностями заработка и, даже, здоровьем людей. Если лайфстайл корпорации реализуют свои аппетиты, они станут хозяевами информации, знаний, а значит и всего мира

Развитие постмодернистского общества вплотную связано с виртуальной экономикой и с электронным бизнесом. Появление виртуального общества требует ответа на вопрос: Возможна ли его самоорганизация, или развитие и здесь приведет к иерархической модели с глобальным предитором наверху. В условиях же общего дефицита ресурсов в среде обитания, по мере заполнения ее емкости, получает развитие борьба за владение источниками вещества, энергии и информации. В случае действия права частной собственности на природные ресурсы расслоение социально-экономической системы принимает крайне обостренные формы, и вся социально-экономическая система тоже становится неустойчивой. Поэтому виртуализация общества, требующая меньше природных ресурсов, неизбежна, и чем быстрее она будет происходить, тем меньше будет этих противоречий.

Перевести систему из состояния хаоса в состояние упорядоченной целостности, идейно объединенной в движении к единой цели государственного развития, можно через установление функциональной соподчиненности социальных структур. Но данный процесс самопроизвольно не происходит. Его разрешение через силовое взаимодействие,

сопровождающееся физическим подавлением и уничтожением противоборствующей стороны, – это закономерное явление. Оно осуществляется, когда одна из групп (социосистем), получая перевес в силе, начинает лавинообразно наращивать свою мощь путем присоединения к себе одних и подавления других групп.

Другой особенностью развития виртуального общества – появление виртуальных сообществ (комьюнити) — сообществ людей, объединенных общими интересами и являющихся не только постоянными посетителями сайтов, но и общающихся между собой. Интерактивные свойства Сети помогают пользователю легко пойти на установление соответствующих контактов. Поэтому все традиционные маркетинговые методы, подразумевающие более или менее активное участие пользователя, находят весьма широкое применение в Интернете.

Ключ к успеху в электронной коммерции — не только умение привлекать новых, но и способность удерживать уже имеющихся клиентов. Организовать работу с клиентами помогает разработка стратегии компании по управлению отношениями с клиентами — CRM. Такая стратегия подразумевает сбор и обработку информации о потребностях и поведении клиентов для налаживания с ними более устойчивых отношений. В конечном счете, именно такие отношения и определяют успех в любом виде бизнеса

Некоторые авторы считают, что в течение ближайших пяти лет сфера электронной коммерции будет погружена в пучину хаоса. Количество бизнесменов, которые сойдут со сцены, и количество новичков, которые потерпят крах, достигнет небывалой величины. Увеличение конкуренции приведет к тому, что из 100 человек, которые в самое ближайшее время затеют создание собственного бизнеса в онлайн, успеха добьется только один. К сожалению, в Интернет – бизнесе процветает мошенничество и надувательство.

Главный совет для тех, кто намерен развить собственный онлайн-бизнес (сегодня или в будущем) – сосредоточение всех своих усилий на улучшении жизни других людей. Доминировать на рынке будут те предприниматели, которые сумеют обеспечить представителям своей целевой аудитории максимальное улучшение их жизни с помощью предлагаемых товаров и услуг.

Список литературы

1. Ашманов И., Иванов А. Продвижение сайта в поисковых системах. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007.-304 с.: ил.
2. Балабанов И.Т. Электронная коммерция. СПб: Питер, 2001. – 336 с.: ил.
3. Бондаренко С. 50 советов по безопасной работе в сети. ComputerBild, №17, 2012, с.26-36.
4. Джон Вакка. Секреты безопасности в Интернет.- К.: Диалектика, 1997.- 512 с.

5. Зуев М.Б. Продвижение сайтов в поисковых системах: Спасательный круг для малого бизнеса / М.Б. Зуев, П.А. Маурус, А.Г. Прокофьев. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний. 2006. – 299 с.: ил.
6. Електронна комерція: Навч. Посібник / А.М.Береза, І.А.Козак, Ф.А.Левченко та ін. – К.: КНЕУ.2002. – 326 с.
7. Имери, Винс. Как сделать бизнес в Интернет: Пер. с англ.-3 изд.- К.;М.; СПб.: Диалектика, 1998.- 464 с.; ил.
8. Информационные технологии в бизнесе. Бизнес класс. Под ред. М. Желены - СПб: Питер, 2002. - 1120 с.
9. Козье Д. Электронная коммерция: Пер. с англ.- М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. – 288 с.: ил.
10. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг. Навчальний посібник – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 332 с.
11. Литвин Е. Как заработать на блоге. 10 заповедей блоггера. – СПб.: Питер, 2012.- 112 с.: ил.
12. Нецветаев В.А., Манелюк Л.А. Ефективність інформаційних систем. Д.: Національний гірничий університет, 2011, 165 с.
13. Нецветаев В.А. Полезные сайты для начинающих бизнес в Интернет. E-commerce: проблемы, розвиток, перспективи: матеріали Всеукраїнської наук.практ.конф. у рамках проекту TEMPUS ECOMMIS, 5-6 черв.,2012 р., м. Дніпропетровськ, Д.: Національний гірничий університет, 2012.- 128 с.
14. Нецветаев В.А. Про визначення інформатики як науки. Міжнародна науково-практична конференція.Проблеми і перспективи інноваційного розвитку економіки України – Д.: Національний гірничий університет, 2009
15. Саати Т. Л. Принятие решений. Метод анализа иерархий. — М.: Радио и связь, 1989. — 316 с.
16. Смирнов С.Н. Электронный бизнес.- М.: ДМК Пресс; Компания АйТи, 2003.- 240 с.
17. Успенский И. Энциклопедия Интернет-бизнеса.- СПб.: Питер, 2001. - 432 с.
18. Царев В.В., Кантарович А.А. Электронная коммерция. - СПб: Питер, 2002. – 336 с.
19. Юрасов А.В. Основы электронной коммерции. Учебник для вузов.- М.: Горячая линия-Телеком, 2008. – 480 с.: ил.
20. Шаров А.И., Кочура Е.В., Нецветаев В.А. Особенности учебного плана реализации проекта ECOMMIS в Национальном горном университете. Материалы международной конференции ECOMMIS TEMPUS, 5-8 окт., г. Одесса.
21. Netsvetayev V. Content of Education for Experts on SEO for E-Commerce Websites. Материалы международной конференции ECOMMIS TEMPUS, 2-4 апр., г. Берлин.

Список ссылок на Интернет ресурсы

1. Нецветаев В.А. Статистика Интернета за 2010-2012 годы <http://ei5.ru/statistika-interneta-za-2010-2012-godyi/>
2. Что такое таргетинг. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Таргетинг>
3. Крупный коммерческий портал. www.ukr.net
4. Крупный коммерческий портал. www.bigmir.net
5. Крупный коммерческий портал. www.i.ua
6. Электронный магазин. www.rozetka.com
7. Электронный магазин. www.fotomag.com
8. Сервис по определению параметров сайта. <http://2ip.ru>
9. Мировой топ первой тысячи сайтов. <http://www.google.com/adplanner/static/top1000/#>
10. Топ первой тысячи сайтов Рунета. <http://top1000ru.hotlog.ru/>
11. Крупный электронный магазин. <http://www.mobilluck.com.ua>
12. Каталог промышленных предприятий Украины. www.prom.ua
13. Сайт иранской девочки, которая стала миллионершей с помощью электронной коммерции. www.whateverlife.com
14. Страница виртуальных путешественников. <http://sergeydolya.livejournal.com/>

15. Журнал другого. <http://drugoi.livejournal.com/>
16. «Украинский бизнес портал» <http://ubp.com.ua/news/2012/10/01/66847/>
17. Сайт министерства энергетики и угольной промышленности Украины <http://mpe.kmu.gov.ua>
18. Угольный портал Украины» <http://ukrcoal.com/>
19. Частный предприниматель «ЧП». <http://briquettes.at.ua>
20. Сайт ЧП "АпексТорг" www.apextorg.com
21. сайта из Донецкой области ЧП «Донуголь» www.donugol.com.ua/
22. ООО «РЕСУРСКОМПАНИ» <http://www.resurskompani.com>
23. Студия ArtEast <http://www.arteast.in.ua/>
24. ООО «ТПК " "Регион-Восток" <http://region-vostok.com/>
25. ООО "Пресс-постач Украина" <http://prespostach.com/>
26. ООО "ООО "УКРСПЕЦПОСТАЧ" <http://usp-company.com.ua>
27. ООО "Торговый Дом «Антрацит»" <http://antracit.com.ua/>
28. ООО ГОФ "Центральная" <http://ru.centralnaya.com.ua/>
29. ООО "КАРБОПЛАСТ" <http://carboplast.com.ua/>
30. "Уголек" <http://ugolek.com.ua/>
31. ООО "Энергетическая инвестиционная компания" <http://eic.in.ua>
32. Студия Вэб дизайна <http://re-bit.com.ua/>
33. Документ, регламентирующий условия поставки угля на международном уровне <http://usp-company.com.ua/ehksport.html>
34. Инкотермс 2010 в Украине <http://incoterms.zed.ua/ru/home>
35. Коды УКТ ВЭД (коды ТН ВЭД Украины) Груп. 27 http://ariam.kiev.ua/opredelenie_koda_tovara
36. Донецкая топливно-энергетическая компания www.dtek.com
37. ДТЭК в Википедии <http://ru.wikipedia.org/wiki/ДТЭК>
38. ООО «ДТЭК Трейдинг» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/trading/dtek-trading>.
39. Компания ООО «Сервис-Инвест» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/electricity-trade-and-supply/service-invest>
40. ПАО «ДТЭК ПЭС–Энергоуголь» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/electricity-trade-and-supply/energougol>
41. ПАО «ДТЭК Донецкоблэнерго» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/electricity-trade-and-supply/donetskoblenergo>
42. ООО «ДТЭК Пауэр Трейд» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/trading/power-trade>
43. ПАО «Киевэнерго» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/electric-power-generation/kyivenergo>
44. ПАО «ДТЭК Крымэнерго» <http://www.dtek.com/ru/our-operations/electricity-trade-and-supply/krymenergo>
45. Покупка и продажа угля на сайте <http://donuglesnab.com.ua/buying/>
46. Портал Уголь <http://coalmarket.com.ua/>
47. Павлоградуголь
<http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%B4%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D1%8C>
48. Свердловантрацит
<http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B4%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%82>
49. Ровенькиантрацит
<http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%BD%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B0%D0%BD%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%82>
50. Краснодонуголь
<http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BD%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D1%8C>
51. Комсомолец Донбасса
http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D1%81%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D1%86_%D0%94%D0%BE%D0%BD%D0%B1%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%B0
52. Добропольеуголь
<http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%B5%D1%83%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D1%8C>
53. Шахта имени Засядько
http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D0%B0%D1%85%D1%82%D0%B0_%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B8_%D0%97%D0%B0%D1%81%D1%8F%D0%B4%D1%8C%D0%BA%D0%BE
54. Угольная промышленность Украины
http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%B3%D0%BE%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%D1%8F%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BC%D1%8B%D1%88%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D1%8B#.D0.92.D1.81.D0.B5_.D1.83.D0.B3.D0.BB.D0.B5.D0.B4.D0.BE.D0.B1.D1.8B.D0.B2.D0.B0.D1.8E.D1.89.D0.B8.D0.B5_.D0.BE.D0.B1.D1.8A.D0.B5.D0.B4.D0.B8.D0.BD.D0.B5.D0.BD.D0.B8.D1.8F_.D0.B8_.D1.88.D0.B0.D1.85.D1.82

D1.8B_D0.A3.D0.BA.D1.80.D0.B0.D0.B8.D0.BD.D1.8B

55. Министерство энергетики и угольной промышленности Украины о закрытии шахт http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/publish/article?art_id=231058&cat_id=35081
56. Информация о закрытых шахтах Украины http://miningwiki.ru/wiki/Список:Закрытые_шахты_Украины
57. Украинские шахтеры в этом году добыли больше угля, чем в прошлом [http://telegraf.com.ua/biznes/ekonomika/ukrainskie-shahteryi-v-etom-godu-dobyili-uglya-bolshe-chem-v-proshlom.html](http://telegraf.com.ua/biznes/ekonomika/ukrainskie-shahteryi-v-etom-godu-dobyili-uglya-bolshe-chem-v-proshlom-proshlom.html)
58. Воронцов И. Уголь на перепутье. <http://minprom.ua/articles/109122.html>
59. Сайт Укррудпром <http://www.ukrudprom.com/reference/industry/gmk.html>
60. Полтавский горно-обогатительный комбинат <http://pgok.poltava.ua/>, <http://www.ukrudprom.ua/reference/factory/pgok.html>
61. Украинский горно-металлургический комплекс нуждается в долгосрочной поддержке http://standard-rating.com/rus/products_research_news20082012ru/
62. Сайт <http://standard-rating.com>
63. MetInvest – крупнейшая компания ГМК Украины <http://www.metinvestholding.com/ru>
64. Ингулецкий горно-обогатительный комбинат <http://ingok.metinvestholding.com/ru>
65. Северный горно-обогатительный комбинат <http://sevgok.metinvestholding.com/ru>
66. Центральный горно-обогатительный комбинат <http://cgok.metinvestholding.com/ru>
67. Комсомольское рудоуправление <http://kru.metinvestholding.com/ru>
68. Краснодонуголь <http://coal.metinvestholding.com/ru>
69. United Coal Company <http://ucc.metinvestholding.com/en>
70. Metallургический комбинат «Азовсталь» <http://azovstal.metinvestholding.com/ru>
71. ММК им. Ильича <http://ilyichsteel.metinvestholding.com/ru>
72. Енакиевский металлургический завод <http://emz.metinvestholding.com/ru>
73. Харьковский трубный завод <http://pipe.metinvestholding.com/ru>
74. Промет Стил http://www.scm.com.ua/ru/business/list/view/promet_steel/
75. Сайт Промет стил в составе Метинвест http://www.ukrudprom.ua/reference/factory/Promet_Steel.html
76. Ferriera Valsider <http://valsider.metinvestholding.com/it>
77. Metinvest Tramental <http://tramental.metinvestholding.com/it>
78. Spartan UK <http://spartan.metinvestholding.com/en>
79. Метинвест-Ресурс <http://www.ukrudprom.ua/reference/factory/Metinvest-Resurs.html>
80. Авдеевский коксохимический завод <http://akhz.metinvestholding.com/ru>
81. НПО Инкор и Ко <http://inkordonetsk.uaprom.net/>
82. Продажа продукции на сайте МетИнвест <http://sales.metinvestholding.com/ru>
83. Политика Метинвеста в области качества http://sales.metinvestholding.com/ru/quality/global_quality
84. У Метинвеста появился еще один новый хозяин <http://vdonetske.net.ua/news/865863>
85. Южный горно-обогатительный комбинат» <http://www.ugok.info/>
86. Публичное акционерное общество «Сухая Балка» <http://rudana.in.ua/syhaia.htm>
87. Публичное акционерное общество «АрселорМиттал Кривой Рог» <http://www.arcelormittal.com.ua/>
88. Закрытое акционерное общество «Запорожский железорудный комбинат» <http://zgrk.com.ua/>
89. Государственное предприятие «Восточный горно-обогатительный комбинат» <http://vostgok.com.ua/>
90. Шахта «Ингульская» <http://www.spr.ua/kirovograd-i-kirovogradskiy-rayon/ingulskaya-shahta-gp.html>
91. Страница шахты Ингульская на сайте Справочник предприятий Украины <http://www.spr.ua/kirovograd-i-kirovogradskiy-rayon/ingulskaya-shahta-gp.html>
92. Шахта «Смолинская» <http://wikimapia.org/8054993/ru/>
93. Шахта «Новоконстантиновская» <http://wikimapia.org/18558825/ru>
94. Общество с ограниченной ответственностью «Восток-Руда» <http://vostokruda.com.ua/>
95. Шахта «Новая» <http://wikimapia.org/16287910/ru>
96. Публичное акционерное общество «Марганецкий горно-обогатительный комбинат» <http://mgok.dp.ua/>
97. Частное акционерное общество «Крымский титан» <http://titan.crimea.ua/>
98. Сайт Дмитрия Фирташа <http://www.titanexport.com/>
99. Вольногорский горно-металлургический комбинат <http://www.zircon.net.ua/index.php>
100. Иршанский горно-обогатительный комбинат <http://www.spr.ua/volodarsk-volinskiy-i-volodarsko-volinskiy-rayon/irshanskiy-gok.html>
101. Информационная поддержка промышленности Украины на сайте <http://www.ua-region.info>
102. Главная страница Евраз <http://www.dmz-petrovka.dp.ua>
103. ДМК им Дзержинского <http://www.dmkd.dp.ua>
104. Главная страница сайта компании Интерпайп <http://www.interpipe.biz/ru/company.html>

105. Бизнес реклама — эффективное средство увеличения продаж http://www.ua-region.info/business_advancement
106. Информационное агентство «Databases Lab». Коммерческое предложение (можно скачать с сайта http://www.ua-region.info/business_advancement)
107. Пакет «VIP»: Максимальный бизнес рейтинг <http://www.ua-region.info/vip>
108. Пакет «Оптимальный»: Единая система деловой информации «Все предприятия Украины» <http://www.ua-region.info/esdi>
109. Пакет «Эффективный»: Целостный подход для стабильного продвижения бизнеса http://www.ua-region.info/sp_41
110. База данных по предприятиям Украины для вашей CRM-системы <http://www.ua-region.info/crm-system>
111. Базы данных для Terrasoft — наш ответ на ваш запрос
112. <http://www.ua-region.info/terrasoft-crm>
113. SugarCRM. База данных предприятий Украины для SugarCRM <http://www.ua-region.info/sugarcrm>
114. АлекСофт. База данных предприятий Украины для CRM-системы АПЕК CRM <http://www.ua-region.info/apec-crm>
115. Разработка CRM «под ключ». База данных предприятий Украины для любой системы маркетинга <http://www.ua-region.info/crm-system>
116. Внедрение CRM-систем <http://www.ua-region.info/crm-system>
117. Добыча металлических руд в Украине. Бизнес каталог предприятий. <http://www.ua-region.info/kved/Ind.13>
118. Размещение рекламы на сайтах. Контекстная реклама. Размещение ссылок <http://www.ua-region.info/reklama>
119. Прямой маркетинг. Базы данных для директ-маркетинга <http://www.ua-region.info/dm>
120. Попов Е. 10 советов по усилению безопасности сайта под управлением WordPress. <http://ruseller.com/lessons.php?rub=40&id=1356>
121. Нецветаев В.А. Бизнес в Интернет в современных условиях <http://ei5.ru/biznes-v-internet-v-sovremennyih-usloviyah/>
122. Нецветаев В.А. Виртуальная экономика <http://ei5.ru/virtualnaya-ekonomika/>
123. Нецветаев В.А. Виртуальное общество <http://ei5.ru/predposylki-poyavleniya-virtualnogo-obshhestva/>
124. Нецветаев В.А. Виртуальное сообщество <http://ei5.ru/virtualnoe-soobshhestvo/>
125. Нецветаев В.А. Виртуальный журнал <http://ei5.ru/virtualnyiy-zhurnal/>
126. Нецветаев В.А. Функциональное и процессовое управление в Украине <http://ei5.ru/funksionalnoe-i-protsessovoe-upravlenie-v-ukraine/>
127. Нецветаев В.А. Виртуальные деньги <http://ei5.ru/virtualnyie-dengi/>

Наукове видання

Нецвстаєв Володимир Анатолійович

ЕЛЕКТРОННА КОМЕРЦІЯ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Монографія

(Російською мовою)

Видано в авторській редакції.

Підп. до друку 31.01.2014. Формат 30×42/4.
Папір офсетний. Ризографія. Ум. друк. арк. 14,2.
Обл.-вид. арк. 14,2. Тираж 35 пр. Зам. № .

Підготовлено до друку та видруковано
у Державному вищому навчальному закладі
«Національний гірничий університет».
Свідоцтво про внесення до Державного реєстру ДК № 1842 від 11.06.2004.

49005, м. Дніпропетровськ, просп. К. Маркса, 19.