

of “Lean region” and “Lean production”. Particular attention is paid to the fact that the concept of the “Lean region” does not affect such an important area of activity as trade. One of the modern and convenient ways to reduce costs in trade is e-commerce. It is assumed that the introduction of e-commerce will make it possible to use the electronic resources of the region as efficiently as possible to reduce costs in the sphere of trade.

The results of the conducted analysis of the involvement of the Khanty–Mansi Autonomous Okrug — Ugra in the sphere of electronic commerce, clearly demonstrate the high degree of computerization of the region. Negative shifts in the main indicators of e-commerce in the region and the presence of large federal and international retail platforms on the market of the Khanty–Mansi Autonomous Okrug raise doubts about the feasibility of fully implementing e-commerce in the “Lean region” concept on the territory of the Khanty–Mansi Autonomous Okrug — Ugra. One of the possible ways to use the available resources of the region for e-commerce is to focus on the introduction of cost reduction provisions using e-commerce only in the B2B segment, with the possibility of further expansion to a comprehensive implementation of the situation in the field of e-commerce. The proposals introduced into the concept of “Lean region” allow, if necessary, to flexibly reorient and supplement the main provisions for the introduction of e-commerce as a way to reduce costs.

Ключевые слова: торговля, сеть Интернет, глобальные информационные сети, электронная коммерция, Интернет-торговля, онлайн-торговля, B2B, B2C, бережливый регион; оптимизация, Ханты-Мансийский автономный округ, Югра.

Keywords: trading, Internet, global information network, e-commerce, e-trading, online shopping, B2B, B2C, thrifty region, optimization, Khanty-Mansi Autonomous Okrug, Ugra.

Согласно распоряжению правительства Ханты-Мансийского автономного округа–Югры от 19 августа 2016 года № 455-рп о концепции «Бережливый регион», основой «Бережливого региона» является «Бережливое производство». Данная концепция определяет приоритеты внедрения концепции бережливого производства в деятельность всех участников социального и экономического пространства на территории региона.

Концепция «Бережливый регион» в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре активно разрабатывается и улучшается с 2016 года Фондом развития Югры в составе социально-экономической стратегии развития региона до 2030 года. Однако в отличие от концепции бережливого производства в Республике Татарстан, данная концепция затрагивает более широкую сферу общественно-экономических отношений, включая внедрение принципов бережливости в органы государственной власти и местного самоуправления (1).

Впервые на уровне региона в России данная концепция была разработана в Республике Татарстан в 2010 году в качестве целевой программы «Реализация проекта «Бережливое производство» в Республике Татарстан на 2011-2013 гг.» (2).

Экономический эффект от внедрения данной концепции за 2013 год составил около 3 млрд руб. (3). На конец третьего квартал 2017 года более 160 предприятий Республики Татарстан активно используют бережливое производство [1].

Сокращение издержек не всегда занимало важное положение в производстве. Однако, с увеличением потребительского спроса, остро встал вопрос о более бережливом отношении к используемым ресурсам. В XXI веке, на волне глобальных экологических, демографических

и других проблем, все чаще слышны призывы к оптимизации издержек не только для увеличения прибыли, но и для повышения общего благосостояния населения.

Наибольших результатов в этом добились США, Япония и многие страны Европейского союза. В условиях кризиса и переориентации экономики России на импортозамещение, бережливый подход к производству и управлению становится все более актуальным.

Бережливое производство впервые было использовано на заводах японского автопроизводителя Toyota. В 80-х годах прошлого века, Япония начала экспортировать в США свои машины, чем грозила обвалить автомобильный рынок. Американские машины не выдерживали конкуренции. В ответ на это, американские автомобилестроители организовали специальный фонд и комиссию по глобальному исследованию автомобильного рынка. В результате, для описания процесса управления на производстве японских автомобилестроителей Джон Крафчик вывел новый термин «lean production» - «бережливое производство» [2].

Бережливое производство (англ. lean production) — это организация деятельности, ориентированной на создание привлекательности для потребителя путем формирования непрерывного потока создания ценности и постоянного совершенствования процессов организации через вовлечение персонала и устранение всех видов потерь (1).

Ключевые особенности бережливого производства выражаются в четырех направлениях:

- командная работа;
- интенсивный открытый обмен информацией;
- эффективное использование ресурсов и исключение потерь;
- непрерывное совершенствование [2].

Концепция бережливого региона предполагает комплексное введение основ бережливого производства на территории округа в сферы производства и муниципального управления (1).

Однако, большая часть предполагаемых мер реализации бережливости подразумевает под собой исключительно оптимизацию производства и менеджмента.

Современные технологии позволяют более широко раскрыть возможный потенциал бережливости не только в сфере производства и управления, но и как общую философскую концепцию бережливого отношения к жизни: заботе об окружающей среде, экономии, минимизации затрат. В особенности это касается торговли. Одним из способов минимизации издержек в торговле является электронная коммерция [3].

Электронная коммерция (англ. Electronic commerce) — в широком смысле представляет собой совокупность процессов, направленных на перераспределение товаров (работ, услуг), формирующихся в ходе осуществления хозяйствующими субъектами предпринимательской деятельности, а также процессов, направленных на обеспечение такого перераспределения, формирующихся в ходе осуществления хозяйствующими субъектами не-предпринимательской деятельности, тесно связанной с обеспечением предпринимательской деятельности, в электронной форме с использованием современных информационных технологий [4].

Для получения данных о подготовленности региона к внедрению электронной коммерции использовались данные Федеральной службы государственной статистики по Тюменской области, Ханты-Мансийскому автономному округу–Югре и Ямало-Ненецкому автономному округу (4).

Процент организаций, использующих персональные компьютеры, неуклонно увеличивался с 2010 года и достиг пика в 2013 году, составив рекордные 97,9%. После

кризисных событий, общее число организаций, использующих персональный компьютер, начало снижаться, опустившись к 2016 году до 97% — уровню 2012 года (Рисунок 1).

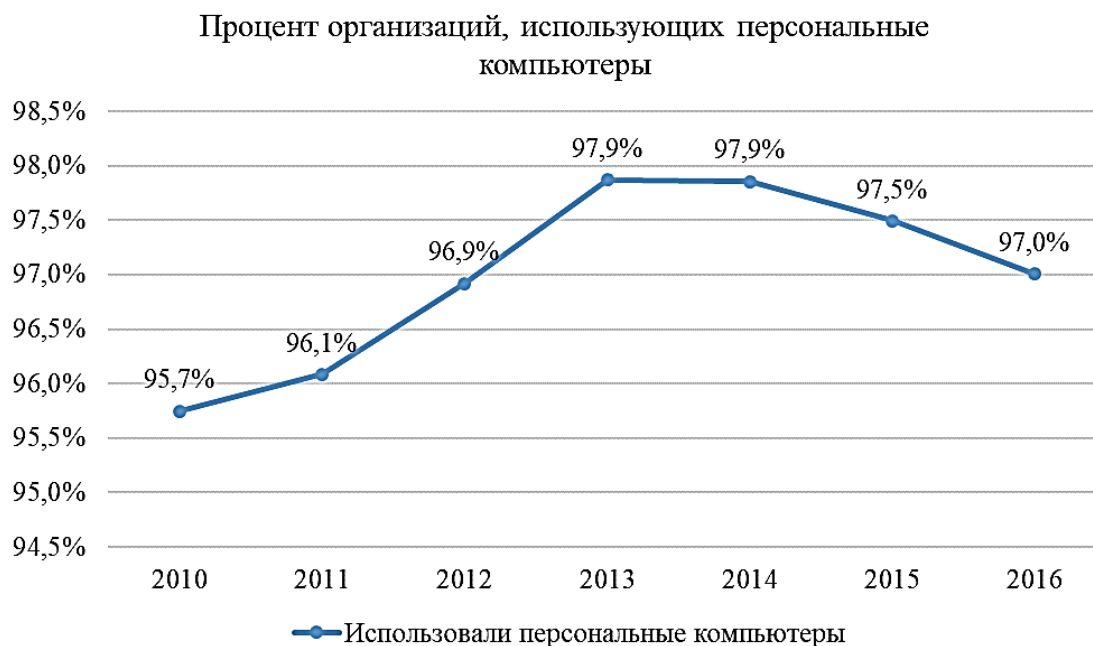


Рисунок 1. Процент организаций, использующих персональные компьютеры (без субъектов малого предпринимательства) по Ханты-Мансийскому автономному округу–Югре (в % от общего числа обследованных организаций) (5)

Процент организаций, использующих сеть Интернет в своей деятельности, волнообразно рос с показателей в 51,8% в 2010 году, до пиковой величины в 2015 году, составив 85%, после чего снова начал снижаться до 83,5% к концу 2016 года. Резкий рост в условиях кризиса может объясняться попытками организаций сократить издержки, например, перейдя на электронный документооборот (Рисунок 2) (6).



Рисунок 2. Процент организаций, использующих сеть Интернет (без субъектов малого предпринимательства) по Ханты-Мансийскому автономному округу–Югре (в % от общего числа обследованных организаций) (5)

В тоже время наблюдается рост числа организаций среднего и крупного предпринимательства в Югре, использующих свои собственные Web-сайты в сети Интернет. С показателя в 32,9% в 2010 году, число организаций, имеющих web-сайты выросло до 48,2% к 2016 году (Рисунок 3).

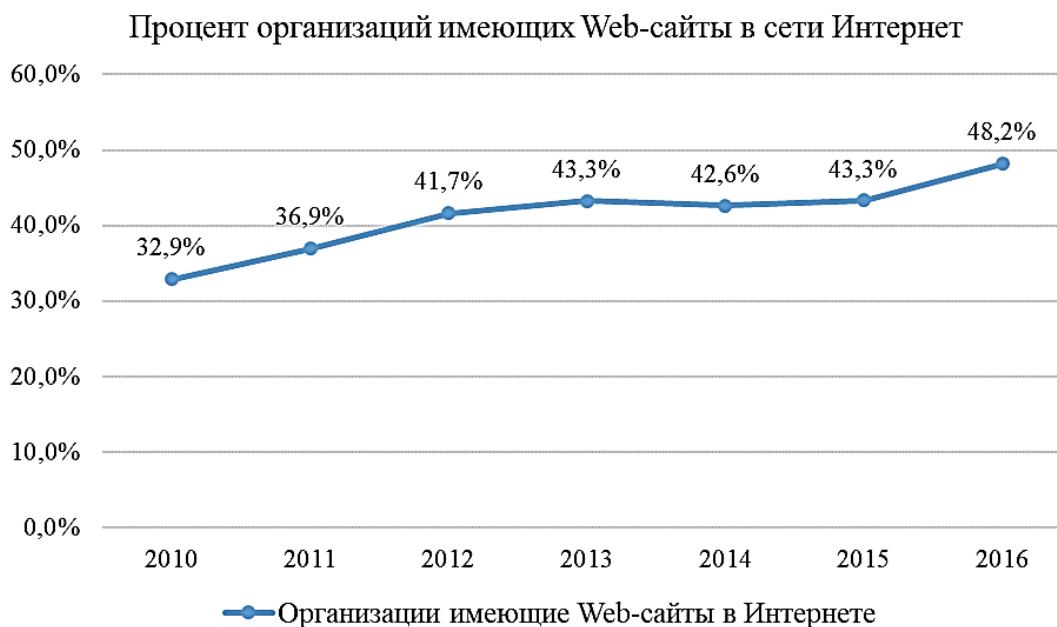


Рисунок 3 - Процент организаций, имеющих Web-сайты в сети Интернет (без субъектов малого предпринимательства) по Ханты-Мансийскому автономному округу – Югре (в процентах от общего числа обследованных организаций) (5)

Компьютерризация работников также растет с показателей в 34 компьютера в 2010 году, до 40 компьютеров в 2014 году на 100 работников. Кроме этого растет и число персональных компьютеров с доступом в сеть Интернет. Так, с показателей в 14 компьютеров с доступом в сеть Интернет в 2010 году, произошел рост до 23 компьютеров в 2015 году на 100 работников (Рисунок 4).

Немаловажным является тот факт, что процент отношения общего числа персональных компьютеров к компьютерам с доступом в интернет тоже возрос: с 41% в 2010 году, до 58% в 2016 году. Таким образом, рост общего числа компьютеров с доступом к сети Интернет в организациях продолжает расти.

Однако, если в общем и целом, рост числа организаций, использующих сеть Интернет, довольно стабилен, то в случаи с организациями оптовой и розничной торговли, наблюдается волнообразный рост. С показателей в 94,6% в 2010 году, число оптовых и розных организаций, использовавших сеть Интернет, опустилось до 91,5% к 2012 году, после чего наметился очередной резкий рост к 2014 году, — до показателей в 96,1%. После 2015 года, показатели с 96,2% опустились до 95,4% к 2016 году.

Технологии глобальной сети Интернет, позволяют задействовать всю мощь снижения издержек при помощи электронной коммерции, что особенно актуально для северного региона.

Существенным упущением концепции бережливого региона является игнорирование оптовой и розничной торговли. Современные технологии позволяют значительно экономить на издержках в системе распределения, при условии налаженных связей с поставщиками.



Рисунок 4. Число персональных компьютеров на 100 работников в организации, в том числе с доступом к сети Интернет (без субъектов малого предпринимательства) по Ханты-Мансийскому автономному округу–Югре [5]

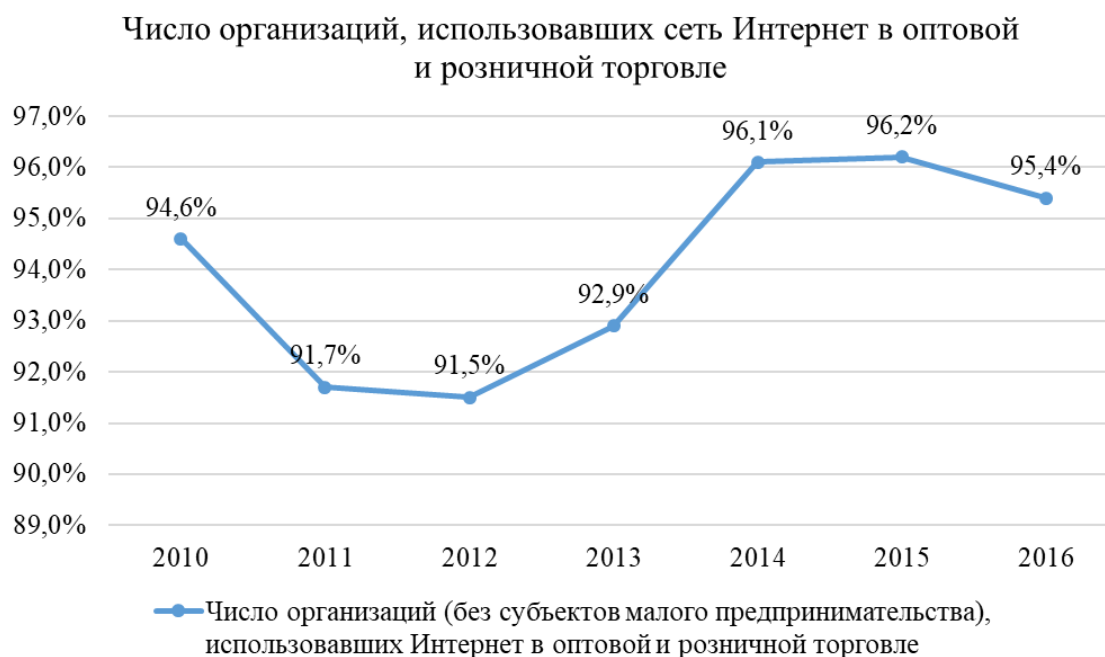


Рисунок 5. Число организаций, использовавших сеть Интернет (без субъектов малого предпринимательства) в оптовой и розничной торговле, ремонте автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования по Ханты-Мансийскому автономному округу–Югре (7)

Кроме того, существенное снижение издержек при электронной коммерции достигается за счет возможности более быстрого реагирования на изменения внешней среды, более целенаправленной ориентации на потребителя и уменьшения рекламного бюджета [6].

Однако имеются существенные трудности для полномасштабного внедрения электронной коммерции на уровне региона. Крупные розничные и оптовые предприятия федерального уровня составляют значительную конкуренцию местным предприятиям. В первую очередь это связано с более широкими логистическими и маркетинговыми возможностями, доступными крупным российским сетям и организациям. Однако электронно-вычислительный потенциал округа позволяет задействовать электронную коммерцию в B2B сфере уже сейчас [7].

Основные показатели электронно-вычислительного потенциала региона постепенно снижаются, что может негативно сказаться на возможности внедрения электронной коммерции в регионе.

Таким образом, учитывая падение ключевых показателей электронно-вычислительной мощности и снижение числа организаций, использующих сеть Интернет в оптовой и розничной торговле в Ханты-Мансийском Автономном Округе, ставит под сомнение целесообразность внедрения электронной коммерции в концепцию бережливого региона для рынка B2C в ближайшее время, однако не исключает внесения данных поправок в перспективе.

Основной возможностью использования электронной коммерции в контексте концепции бережливого региона на данный момент является сфера B2B, так как сфера B2C рынка электронной коммерции находится под сильным влиянием федеральных и международных торговых площадок. Поэтому первоначальные положения, рекомендуемые для внедрения в основную концепцию «Бережливого региона» затрагивают B2B сегмент. Данные положения должны отражать такие необходимые для B2B сегмента элементы, как: каталогизация предоставляемых услуг или продукции, поддержка бизнес-аккаунтов, прайс-листы для клиентов разного уровня доступа, удобные формы по разработке и утверждению коммерческих предложений.

Таким образом, внедрение электронной коммерции в концепцию «Бережливого региона» в сфере B2B возможно уже сейчас, а внесение дальнейших правок для расширения концепции «Бережливого региона» с учетом B2C сегмента не вызовет осложнений, в связи со схожей спецификой разработки основных положений в обоих сегментах.

Источники:

(1). Распоряжение от 19 августа 2016 года N 455-рп о концепции «Бережливый регион» в Ханты-Мансийском Автономном Округе–Югре. Режим доступа: clck.ru/DoQy1. (дата обращения 14.05.2018).

(2). Бритвина Е. Пресс-служба Президента РТ от 28 августа 2017 г. Режим доступа: clck.ru/DoR3P. (дата обращения 14.05.2018).

(3). Портал Машиностроения. Республика Татарстан – единственный субъект РФ, который принял программу «Бережливого развития» региона. Режим доступа: clck.ru/DoR5K. (дата обращения 14.05.2018).

(4). Тюменьстат. Федеральная служба государственной статистики по Тюменской области, Ханты-Мансийскому автономному округу–Югре и Ямало-Ненецкому автономному округу. Режим доступа: <http://tumstat.gks.ru/> (дата обращения: 23.05.2018).

(5). Основные показатели использования информационных и коммуникационных технологий в организациях (без субъектов малого предпринимательства) Ханты-

Мансийского автономного округа–Югры. Режим доступа: clck.ru/DoRAC (дата обращения: 23.05.2018).

(6). Обеспеченность персональными компьютерами в организациях (без субъектов малого предпринимательства) Ханты-Мансийского автономного округа–Югры. Режим доступа: clck.ru/DoRB7. (дата обращения: 23.05.2018).

(7). Число организаций (без субъектов малого предпринимательства), использовавших Интернет, по видам экономической деятельности в Ханты-Мансийском автономном округе–Югре. Режим доступа: clck.ru/DoRCU. (дата обращения: 23.05.2018).

Sources:

(1). Order of August 19, 2016 No. 455-rp on the concept of "Lean region" in the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug-Ugra. Access mode: clck.ru/DoQyi. (Date of circulation on May 14, 2018).

(2). Britvina E. Press service of the President of the Republic of Tatarstan of August 28, 2017. Access mode: clck.ru/DoR3P. (Date of circulation on May 14, 2018).

(3). Portal of Machine Building. The Republic of Tatarstan is the only subject of the Russian Federation that adopted the Lean Development program of the region. Access mode: clck.ru/DoR5K. (Date of circulation on May 14, 2018).

(4). Tyumenstat. The Federal Service for State Statistics for the Tyumen Region, the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug-Ugra and the Yamal-Nenets Autonomous District. Access mode: <http://tumstat.gks.ru/> (Date of circulation on May 23, 2013).

(5). The main indicators of the use of information and communication technologies in organizations (without small business entities) of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug-Ugra. Access mode: clck.ru/DoRAC (Date of circulation on May 23, 2013).

(6). Provision of personal computers in organizations (without small business entities) of the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug-Ugra. Access mode: clck.ru/DoRB7. (Date of circulation on May 23, 2013).

(7). Number of organizations (without small businesses) using the Internet, by economic activity in the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug-Ugra. Access mode: clck.ru/DoRCU. (Date of circulation on May 23, 2013).

Список литературы:

1. Каюмова А. Экономный бизнес. В Татарстане внедряют технологии бережливого производства. 2014. Режим доступа: clck.ru/DoRY4. (дата обращения 16.04.2018).

2. Вумек Д., Джонс Д. Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. М.: Альпина Паблишер, 2013. 472 с.

3. Дейнеко Л. В. Издержки сферы обращения и проблема их минимизации: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М.: Российский государственный торгово-экономический университет. 2008. 21 с.

4. Тедеев А. А. Электронная коммерция (электронная экономическая деятельность): правовое регулирование и налогообложение. М.: Проспект, 2002. С. 4.

5. Шифман Э. Объем электронного документооборота быстро растет // СКБ Контур. 2014. 16 июля. Режим доступа: <https://www.diadoc.ru/blog/347> (дата обращения: 22.05.2018).

6. Назарова И. Б. Дианова Т. В. Электронная торговля: преимущества, проблемы и «эффект скольжения» при снижении транзакционных издержек // Вестник МГИМО Университета. 2012. № 4 (25). С. 173-178.

7. Сапоненко А. В. Развитие электронной коммерции в Ханты-Мансийском автономном округе–Югре // Международный журнал социальных и гуманитарных наук. 2016. №1. Т.5. С. 68-74.

References:

1. Kayumova, A. (2014). Economical business. In Tatarstan, lean technology is being introduced. Access mode: clck.ru/DoRY4. (The date of circulation is 16/04/2018).
2. Woomeck, D., & Jones, D. (2013). Lean Production: How to get rid of losses and achieve prosperity for your company. Moscow: *Alpina Pablisher*, 472.
3. Deineko, L. V. (2008). Costs of the sphere of circulation and the problem of their minimization: the author's abstract of the thesis for the degree of candidate of economic sciences. Moscow: *Russian State University of Trade and Economics*, 21.
4. Tedeev, A. A. (2002). Electronic commerce (electronic economic activity): legal regulation and taxation. Moscow: *Prospekt*, 4.
5. Shifman, E. (2014). The volume of electronic document circulation is growing rapidly // SKB Kontur. 16 July. Access mode: <https://www.diadoc.ru/blog/347> (Date of circulation on May 22, 2018).
6. Nazarova, I. B. & Dianova, T. V. (2012). Electronic Commerce: Advantages, Problems and the "Slip Effect" with Decreasing Transaction Costs. *Bulletin of MGIMO University*, 4 (25). 173-178.
7. Saponenko, A. V. (2016). Development of e-commerce in the Khanty-Mansiysk Autonomous Okrug-Ugra. *International Journal of Social and Human Sciences*, 1 (5). 68-74.

*Работа поступила
в редакцию 21.06.2018 г.*

*Принята к публикации
25.06.2018 г.*

Ссылка для цитирования:

Сапоненко А. В., Петрова В. С. Возможности использования электронной коммерции в рамках концепции «бережливый регион» // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №7. С. 429-436. Режим доступа: <http://www.bulletennauki.com/saponenko> (дата обращения 15.07.2018).

Cite as (APA):

Saponenko, A., & Petrova, V. (2018). Possibilities for use of electronic commerce within the framework of the concept “the thrifty region”. *Bulletin of Science and Practice*, 4(7), 429-436.