

УДК 339.138

## ПРИМЕНЕНИЕ ОМНИКАНАЛЬНОЙ ПЛАТФОРМЫ КАК СПОСОБА ПОВЫШЕНИЯ ПРОДАЖ

Сытина В.А., Иванова К. А., студенты гр. ССб-201, IV курс

Научный руководитель: Малюгин А. Н., к.э.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

На сегодняшний день ситуация в мире меняет жизни людей на 360 градусов. Люди настолько привыкли к онлайн со времен пандемии, что не имеют желания лишней раз выходить из дома. Очень актуальна тема онлайн-проектирования - не выходя из дома получаешь дизайн своей квартиры или дома [1]. Далее заказываешь все, что нужно онлайн и ждешь доставку. Очень неудобно потенциальному потребителю искать все на разных сайтах. Возникает спрос на онлайн-дизайн и заказ товаров на одной платформе, для удобства и экономии времени. Такую задумку можно осуществить, основываясь на лидере рынка стройматериалов и предметов для дома «Леруа-Мерлен».

Таблица 1 - Динамика основных технико-экономических показателей деятельности ООО «Леруа Мерлен Восток» за 2020-2022гг

Показатели	2020	2021	2022	Отклонение, %		
				2021/ 2020	2022/ 2021	2022/ 2021
1. Выручка, млн. руб.	47 559	45 971	65 384	96,7	142,2	37,5
2. Себестоимость продаж, млн. руб.	29 476	28 889	36 144	98,0	125,1	22,6
3. Прибыль (убыток) от продаж, млн. руб.	9 969	8 901	21 412	89,3	240,6	214,8
4. Чистая прибыль (убыток), млн. руб.	8 177	(9 945)	16 090	-	-	96,8
5. Среднесписочная численность персонала, чел.	5 210	5 390	5 479	103,4	101,7	05,1
6. Производительность труда, млн. руб./чел.	9,13	8,53	11,9	93,4	139,5	30,3
7. Среднемесячная заработная плата 1 работника, руб.	58 900	63 400	68 700	107,6	108,4	16,6
8. Затраты на 1 руб. товарной продукции, руб.	0,62	0,62	0,55	100,0	88,7	8,7
9. Стоимость имущества, млн.руб.	78 355	139 902	147 026	178,5	105,0	87,6
10. Среднегодовая стоимость основных средств, млн. руб.	13 920	17 909	20 272	128,7	113,2	45,6

11. Фондоотдача, руб./руб.	3,42	2,57	3,22	75,1	125,3	4,1
12. Среднегодовая стоимость оборотных средств, млн. руб.	42 131	41 993	55 879	99,7	133,0	32,6
13. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств, об.	1,12	1,09	1,17	97,3	107,3	04,4
14. Рентабельность продаж, %	21,0	19,4	32,7	92,4	168,6	155,7

Анализируя представленные в таблице 1 показатели бухгалтерской отчетности ООО «Леруа Мерлен Восток», а также рассчитанные на их основе технико-экономические показатели, можно сделать вывод, что ООО «Леруа Мерлен Восток» является крупным предприятием торговли строительными материалами, товарами для дома и интерьера с нарастающим объемом товарооборота с каждым годом.

Товар востребован у покупателей и пользуется широким спросом.

Выручка от реализации продукции за весь трехлетний период исследования выросла в абсолютном выражении на 17 825 млн.руб., а в относительном выражении на 137,5%. Особенно следует отметить, произошедший рост в 2022 году по сравнению с аналогичным показателем 2021 года, когда темп роста выручки от продаж составил 142,2%. Незначительное снижение объемов торговой деятельности в 2021 году связано с определенными внешними факторами ограничений по коронавирусной инфекции, незначительном снижении объемов внешней торговли.

К 2022 году ситуация меняется коренным образом, практически все рассчитанные технико-экономические показатели имеют тенденцию к увеличению.

Давая оценку показателю себестоимости продаж, следует отметить, что за трехлетний исследуемый период увеличение данного показателя составило 122,2%. Темп роста себестоимости продаж значительно ниже темпа роста выручки от реализации, что является положительным моментом работы ООО «Леруа Мерлен Восток», свидетельствуя об эффективной системе управления и экономии затрат на предприятии. На конец 2021 года показатель себестоимости продаж составлял 36 144 млн.руб.

Тенденция к превышению выручки от реализации над себестоимостью в динамике изменения стала одной из причин нарастания за период оценки 2020-2022 гг. у предприятия прибыли от продаж. Если по состоянию на конец 2021 года данный показатель ООО «Леруа Мерлен Восток» составлял 9 969 млн.руб., то к концу 2022 года он уже составлял 21 412 млн.руб. В относительном выражении данный показатель финансовых результатов вырос на 214,8%.

При этом другой показатель финансовых результатов деятельности магазина - чистая прибыль изменяется в течение периода анализа несколько в иной тенденции. У предприятия в 2021 году были значительные затраты, отраженные по элементу прочие расходы, в связи с чем несмотря на наличие в

2021 году прибыли от продаж в целом финансово-хозяйственную деятельность ООО «Леруа Мерлен Восток» в 2021 году завершило с убытком в размере 9 945 млн.руб. В 2022 году ситуация существенно изменилась и по итогам этого отчетного периода предприятие получило чистую прибыль в сумме 16 090 млн.руб.

Таким образом, если сравнивать финансовый результат 2022 года и 2020 года, что его увеличение в абсолютном выражении составило 7 913 млн.руб., а в относительном выражении темп роста составил 196,8%, то есть почти в 2 раза.

Подводя итог анализу показателей деятельности ООО «Леруа Мерлен Восток» в 2020-2021 гг. следует отметить, что предприятие является прибыльным, рентабельным предприятием с нарастанием объемов торговли и реализации как строительных материалов, так и товаров для дома и интерьера. Предприятие конкурентоспособно на рынке и занимает достаточную ёмкость российского рынка строительных материалов, товаров для дома и быта по продажам.

Однако нет предела совершенству, для поддержания дальнейшей тенденции по увеличению прибыли и в связи с нарастающей конкуренции в данной сфере бизнеса, для предприятия будет актуальным развивать маркетинговую стратегию продвижения. Так, например, участие в выставках является важным маркетинговым фактором усиления продаж как за счет прямого привлечения дополнительных клиентов, которым понравилась продукция или услуга на выставке, так и за счет формирования налаженных связей с оптовыми покупателями продукции торговой организации. Участие в выставке является обязательным атрибутом поддержания собственного имиджа, торговой марки, дальнейшего налаживания каналов как поставок товаров для перепродажи, так и последующего сбыта розничным и оптовым покупателям. Поэтому целесообразна разработка собственного выставочного проекта для позиционирования его на предстоящей выставке 2024 года с учетом рассчитанного положительного экономического эффекта, который будет гарантировать компании как расширение собственной сети клиентских предпочтений, так и получение финансовых результатов в форме дополнительной прибыли.

На выставке «Сибирская строительная неделя 2024» будет представлена инновационная омниканальная платформа, которая позволит клиентам создавать дизайн, подбирать товары и услуги для обновления своего дома. Основой для разработанного ООО «Леруа Мерлен Восток» искусственного интеллекта является работа с данными, что позволит распознавать объекты интерьера по фотографиям, адаптировать дизайн под вкусы клиента и т.д. [3, 6]. Для поставщиков товаров и услуг также важны данные, поскольку они помогут предсказать объем продаж, определить ассортимент и точки роста. Очень удобно, когда создатель любого дизайна под рукой. Нужно просто навести камеру телефона на желаемый объект/комнату, и увидеть различные варианты ремонта/дизайна/интерьера исходя из огромного ассортимента магазина, где подобрать для дома можно все, начиная от обоев и ламината, заканчивая

индукционной кастрюлей для варочной панели, которые так же представлены в товарах магазина. На рисунке 1 представлен примерный вариант платформы.

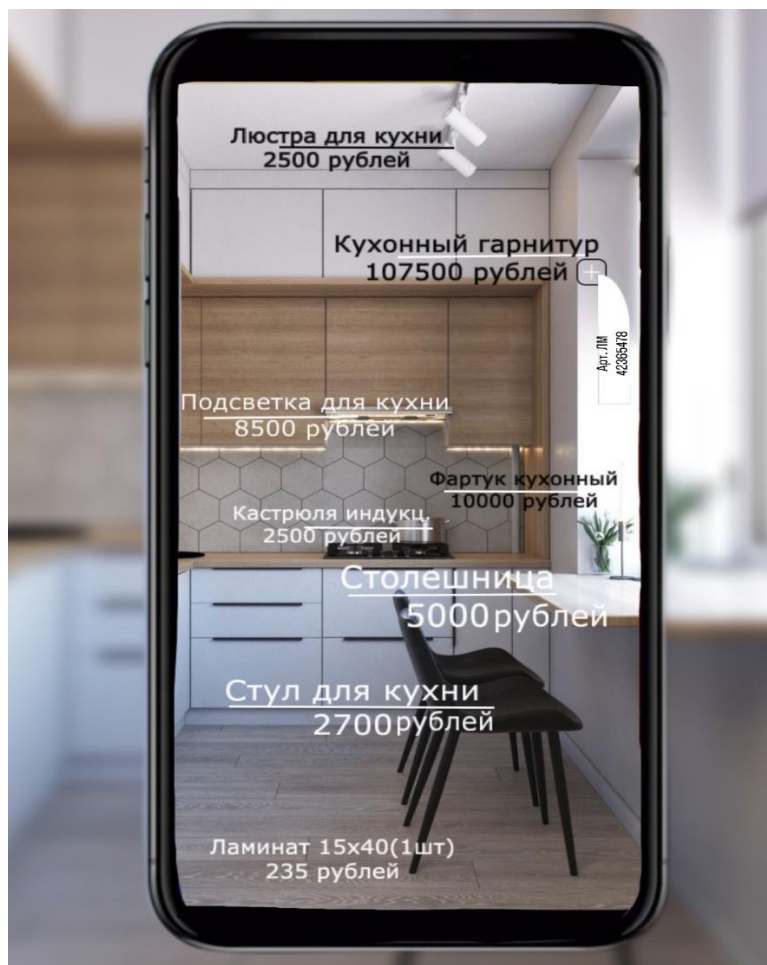


Рисунок 1 – Наглядное изображение омниканальной платформы

Сразу можно увидеть прайс на все, что подобрала платформа. Если клиент захочет моментально оформить заказ, то стоит только нажать на название и появится ссылка на товар с артикулом магазина (ЛМ-кодом) «Леруа Мерлен Восток», а в приложении сотрудники предложат удобные даты для доставки, что позволит клиенту не приезжать в магазин и не отстаивать большие очереди на кассах. Так же на доставленный товар будет сохраняться гарантия как по чеку, так и по сервисной карте, что позволит обменять или сдать товар обратно в случае брака [4].

Аналитика станет значительным преимуществом для партнеров платформы «Леруа Мерлен». Данные интегрируются во все сферы бизнеса компании, а команда специалистов активно развивает потенциал данных в соответствии со своим видением. Выставочный стенд, рекламирующий омниканальную платформу, будет выполнен в форме острова, что позволит всем участникам выставки видеть его с разных сторон.

В таблице 2 рассчитаем общие затраты [2] на участие ООО «Леруа Мерлен Восток» в выставке «Сибирская строительная неделя 2024».

Таблица 2 – Затраты компании ООО «Леруа Мерлен Восток» на разработку, подготовку и участие в выставке «Сибирская строительная неделя 2024»

Вид затрат на выставку	Сумма, руб.
Аренда помещения в Экспоцентре	200 000
Анонсирование выставки	50 000
Разработка, печать, установка выставочного стенда	20 000
Доставка оборудования в Экспоцентр	8 000
Зарботная плата двух стендистов	50000
Зарботная плата маркетолога	40000
Иные расходы	10 000
Итого: расходов	378 000

В целом, за 4 дня проведения выставки планируется, что павильон ООО «Леруа Мерлен Восток» посетят около 15 000 человек, что отражает прогнозный ориентир, что порядка 30% посетителей станут постоянными клиентами компании, установят на свой смартфон такую омниканальную платформу дизайна интерьера от «Леруа Мерлен».

Рост чистой прибыли ООО «Леруа Мерлен Восток» по итогам дополнительного внедрения и применения клиентами компании омниканальной платформы дизайна составят порядка 3 млн. руб. При условии, что 4500 посетителей за 4 дня установят приложение и используют пробный период дизайн-проектов на 3 месяца стоимостью 666 руб. ( $4500 * 666$  руб.) Тем самым экономический эффект от участия и организации выставки для ООО «Леруа Мерлен Восток» составит 2 622 000 руб. ( $3\,000\,000$  руб.- $378\,000$  руб.). Соответственно разработанный проект для участия в выставочной деятельности может быть применен на практике компанией ООО «Леруа Мерлен Восток» для участия в выставке «Сибирская строительная неделя 2024».

Помимо выше рассчитанного экономического эффекта участие в выставке позволит компании [5]:

- увеличить число клиентов, которым будет выгодно и эффективно посещать гипермаркет с высоким уровнем и качеством обслуживания и имеющимися скидками на товары;
- увеличить число деловых связей в окружении компании.

Рассмотренные маркетинговые ходы и коммуникации по продвижению товаров компании ООО «Леруа Мерлен Восток» на рынок, повышения спроса отразили существующие возможности и перспективы у ООО «Леруа Мерлен

Восток» на дальнейшее расширение сбыта путем дополнительного включения в совокупность маркетинговых коммуникаций и выставочных мероприятий с разработкой полноценного собственного выставочного проекта с заранее просчитанной экономической эффективностью от его внедрения.

### Список литературы:

1. Антипина Л.В. Трансформация маркетинга и маркетинговых коммуникаций под воздействием цифровизации // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. №5-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-marketinga-i-marketingovyh-kommunikatsiy-pod-vozhdeystviem-tsifrovizatsii> (дата обращения: 01.03.2024).
2. Геманова, К. Д. Целесообразность открытия компьютерного клуба в городе Кемерово в условиях конкуренции / К. Д. Геманова, А. Н. Малюгин // Конкуренция и монополия : Сборник материалов VI Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования, Кемерово, 25–26 октября 2023 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2023. – С. 69-73. – EDN OUCNZI.
3. Кочиева А. К., Далакова А. Н. Омниканальность как драйвер развития онлайн и офлайн торговли // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/omnikanalnost-kak-drayver-razvitiya-onlayn-i-oflayn-torgovli> (дата обращения: 01.03.2024).
4. Кудашева С. А. Современные маркетинговые коммуникации: тенденции и перспективы // УЭКС. 2017. №7 (101). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-marketingovye-kommunikatsii-tendentsii-i-perspektivy> (дата обращения: 01.03.2024).
5. Малюгин, А. Н. Рекламные мероприятия как фактор повышения эффективности деятельности производственного предприятия на примере Г. Кемерово / А. Н. Малюгин // Россия молодая : Сборник материалов XIV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, Кемерово, 19–21 апреля 2022 года / Редколлегия: К.С. Костиков (отв. ред.) [и др.]. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2022. – С. 84018.1-84018.4. – EDN KYOSNQ.
6. Ярцев М. М. Применение омниканальной модели коммуникации для взаимодействия с клиентами сетевых торговых предприятий // Финансовые рынки и банки. 2023. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-omnikanalnoy-modeli-kommunikatsii-dlya-vzaimodeystviya-s-klientami-setevykh-torgovykh-predpriyatiy> (дата обращения: 01.03.2024).