

товаров (тг)							
Управленческие и коммерческие расходы (тг)	10,1	8 433,3	8 553,4	8 585,2	8 695,0	8 773,4	8563,5
Прибыль от продажи (тыс тг)	400,4	2 138,4	2 210,5	2 099,2	2 082,5	2 106,2	2132,1
Прибыль от налогообложения (тыс тг)	400,4	6 294,9	6342,8	6 485,9	6 612,5	6 667,1	6156,2
Чистая прибыль (тыс тг)	451,9	454,2	445,5	442,3	443,6	441,4	444,6
Рентабельность от продаж (проценты)	5,0	5,1	5,0	4,9	4,9	3,7	4,8
Рентабельность продаж до налогообложения	3 715,9	9 867,4	3 855,0	3 927,3	3 907,3	3 915,6	3,856
Примечание – составлено авторами на основании источника [1].							

В ООО «Спортмастер» выручка от продажи за весь исследуемый период выросла на 45,60 %, в том числе за последний год темп прироста составил 23%. Это свидетельствует о тенденции ускоренного экономического роста. Темп роста себестоимости проданных товаров увеличился на 42,1 % за период 2013-2015 г.г. [4].

Среднесписочная численность работников на протяжении всего анализируемого периода не менялась. Следовательно, темп роста выработки за исследуемый период соответствует темпу роста выручки от продажи, а именно 45,6 %.

платы, а также повышением уровня арендной платы, коммунальных услуг, транспортных тарифов. Уровень управленческих и коммерческих расходов показывает, что доля издержек в выручке от продажи по сравнению с 2013 и 2014 гг. уменьшилась и составила в 2015 году 16,8%. Таким образом, издержкостность уменьшилась на 3,2 % .

Прибыль от продаж определяется путем вычитания из валового дохода управленческих и коммерческих расходов. На анализируемом предприятии наблюдается тенденция роста прибыли: в 2015 году она составила 28695,1 тыс. тенге, при этом темп прироста к предыдущему году составил 50 % [6].

Рентабельность продаж показывает результативность текущих затрат. Уровень рентабельности продаж в ООО «Спортмастер» увеличивается ежегодно и в 2015 году он составил 14,2 %, что больше значения этого показателя в предыдущем году на 2,6%.

Таким образом, исследование основных экономических показателей деятельности ООО «Спортмастер» свидетельствует о том, что предприятие работает рентабельно, увеличиваются основные показатели деятельности, такие как выручка от продажи, валовой доход, прибыль от продаж, уровень рентабельности.

Источниками информации для анализа структуры и динамики выручки от продаж ООО «Спортмастер» послужили данные о структуре населения, его денежных доходах и покупательских способностях; данные бухгалтерского учета и отчетности.

Среднегодовой темп роста объема выручки от продаж ООО «Спортмастер» за период 2013-2015 годы:

$$\uparrow PT_{cp} = \sqrt[3-1]{123,02 * 145,57 * 1} = 133,82 \% \quad (1)$$

что характеризует ускоренное развитие данного показателя и свидетельствует о растущем спросе на реализуемые товары.

Управленческие и коммерческие расходы подразделяют на переменные и постоянные. Деление издержек связано с тем, что статьи затрат переменных управленческих и коммерческих расходов зависят от объема выручки, а постоянных – соответственно не зависят..

Удельный вес условно-постоянных издержек в общем объеме затрат в 2013 году составляет 50%, а к 2015 году они занимают 52%. Темп прироста условно-постоянных управленческих и коммерческих расходов в 2015 году по отношению к 2013 году больше, чем условно-переменных на 9,99% (27,75% -17,76%).

На протяжении всего исследуемого периода наибольший прирост управленческих и коммерческих расходов приходится на расходы по аренде торговых площадей, которые в 2013 году составили 1974,00 тыс., темп прироста за три года составил 31,71%. В ООО «Спортмастер» затраты, связанные с выплатой заработной платы с 2013 по 2015 годы выросли на 26,29% у работников, связанных с управлением и на 21,44% у остальных

работников. Однако темп роста в отчетном году по отношению к предыдущему у работников не связанных с управлением больше на 1,46%, чем у работников связанных с управлением (108,39%).

В связи с увеличением выручки на протяжении трех лет соответственно, увеличиваются расходы на транспортировку (на 13,47%), расходы от потери и порчи товара (на 33,33%), а также расходы, связанные с хранением, подработкой и подсортировкой товара (на 17,86%). Далее необходимо провести анализ валового дохода ООО «Спортмастер» за 2013-2015 гг., который представлен в табл. 7. Данные табл. 7 свидетельствуют о том, что в ООО «Спортмастер» наблюдается рост выручки, валового дохода при росте себестоимости товаров и управленческих и коммерческих расходов. Темп роста валового дохода 2015 года по сравнению с 2013 годом (53,8%) опережают темпы роста выручки (45,6%), себестоимости товаров (42,1%) и управленческих и коммерческих расходов (22,8%) за этот же период. По показателям эффективности отсутствуют отрицательные изменения за рассматриваемый период, наибольшие темпы роста отмечаются по уровню валового дохода к управленческим и коммерческим расходам 125,29% в 2014 году по отношению к базисному и 113,67% в отношении 2014 года [7].

2013-2015 гг. на 0,05 свидетельствует о росте эффективности товарного обращения. Рост управленческих и коммерческих расходов на протяжении всего исследуемого периода приводит к росту рентабельности управленческих и коммерческих расходов (0,84 в 2014 году) и отражает прибыль, приходящаяся на 1 рубль затрат. Рентабельность оборотных средств и расходов на оплату труда также возрастает на протяжении всего исследуемого периода.[7]

Таким образом, по сравнению с основными конкурентами магазин «Спортмастер» не уступает по многим показателям (наличие филиалов, предоставление дополнительных услуг, количество магазинов), а по ценовой политике даже превосходит их и держит свою позицию в рейтинге на лидирующем первом месте по Казахстану.

Список использованной источников

1. Александров Ю. Л. Экономика предприятия торговли: учеб. пособие / Ю. Л. Александров, Э. А. Батраева, И. В. Петрученя и др. – Красноярск, 2009. – 390 с.
2. Александров Ю. Л. Экономика товарного обращения : учебник / Ю. Л. Александров, Н. Н. Терещенко. - Красноярск, 2012. – 240 с.
3. Александров Ю. Л. Экономика торгового предприятия : учеб. пособие/ Ю. Л. Александров, Н. Н. Терещенко, И. В. Петрученя. – Красноярск, 2013. – 220
4. Анализ и планирование оборота розничной торговли и товарных запасов розничного торгового предприятия: практикум / сост. Н. Н. Терещенко, О. Н. Емельянова; Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2004. – 76 с.
5. Баканов М. И. Экономический анализ в торговле / М. И. Баканов. - М. : Экономика, 2006. -348 с.

ТОВАРООБОРОТ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ПОКАЗАТЕЛЬ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО РОЛЬ В ФОРМИРОВАНИИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Аубакирова Диана Асановна, Маратова Альбина

tokiosh01200@bk.ru, albmrv@mail.ru

ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Нур-Султан, Казахстан

Научный руководитель – М.О.Рыспекова

Рынок спортивной одежды – это особый рынок, который имеет ряд характерных особенностей и со стороны потребителей, и со стороны игроков, конкурирующих на этом рынке. В современных условиях конкурентам приходится всегда следить за быстро развивающимися тенденциями, которые связаны с постоянно меняющейся экономической ситуацией в Казахстане, а также с развитием новых технологий и путей сбыта. Востребованность спортивного рынка связана не столько с интересом к спорту, сколько с модой на здоровый образ жизни, распространением молодежных тенденций на рынке одежды и обуви. ООО «Спортмастер» функционирует на рынке сравнительно не долгое время, но, несмотря на это, предлагаемая продукция является актуальной для потребителей, так как спорт, и здоровый образ жизни играет все большее значение. Качество предлагаемой продукции неизменно высокое. Сеть спортивных магазинов осуществляет реализацию спортивного инвентаря для фитнеса, летних и зимних видов спорта, также товаров для активного отдыха [1].

Ассортимент магазина «Спортмастер» включает в себя следующие позиции:

- одежда и обувь для активного отдыха;
- спортивная одежда и обувь;
- спортивные оборудования и снаряжения [1].

Отношения с поставщиками играют большую роль в деятельности магазина.

Поставщики ООО «Спортмастер» это - SignTex, TexPro, Арденс, Литкар; поставщики таких известных марок и брендов как : Puma, Trek, Nike, Kettler, Nordway, Colambia, Merrell, Uvex, Burton, Salomon, Molten и др.

Многие из этих предприятий работают по толлингу (толлинг-изготовление из сырья заказчика за рубежом и обратный ввоз готовой продукции), это позволяет выполнить в срок большие объемы заказов и сэкономить на производстве продукции.

Лозунг ООО «Спортмастер»: «Наш покупатель – самое ценное, что у нас есть».

Целью деятельности ООО «Спортмастер» является извлечение прибыли с максимальным удовлетворением потребностей покупателей. Задачами деятельности ООО «Спортмастер» являются: получение максимальной прибыли; удовлетворение потребностей покупателей; снижение себестоимости; рост товарного ассортимента в связи с потребностями рынка [3]. Проведем анализ основных экономических показателей деятельности ООО «Спортмастер» (смотрите таблицу 1).

Таблица 1 - Основные экономические показатели деятельности ООО «Спортмастер»

Показатели	2013	2014	2015	Абсолют. отклонение (2015 к 2013)	Абсолют. отклонение (2015 к 2014)	Темп роста (2015 к 2013)	Темп роста 2015 к 2014
Выручка от продажи (тыс тг)	17415,7	17669,9	17918,2	18157,3	18395,6	18632,2	18653,3
Себестоимость проданных	962,0	8 887,6	8 998,8	9 027,4	9 138,6	9 214,8	9562,3