

Методологические аспекты оценки качества и конкурентоспособности продукции в современных организациях*

Methodological Aspects of Assessing the Quality and Competitiveness of Products in Modern Organizations

Л. САЙФУТДИНОВА,
Г. НИГМАТУЛЛИНА, И. ХАБИБОВ

Сайфутдинова Лиана Рифовна, канд. экон. наук, доцент кафедры экономико-правового обеспечения безопасности, Института истории и государственного управления ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий». E-mail: nigmatullina419@yandex.ru

Нигматуллина Гульнара Рашитовна, канд. экон. наук, заведующая кафедрой финансов, анализа и учетных технологий ФГБОУ ВО «Башкирский государственный аграрный университет» (БГАУ).

E-mail: nigmatullina419@yandex.ru

Хабибов Ильгиз Салаватович, магистр кафедры финансов, анализа и учетных технологий БГАУ.

E-mail: nigmatullina419@yandex.ru

Современная экономика всё в большей степени ориентируется на ценность для потребителя, создаваемую предприятиями-лидерами отраслей. В продовольственном секторе эта ценность напрямую связывается с качеством продукции и её способностью выигрывать конкуренцию на растущем и динамичном рынке. Анализ качества и конкурентоспособности, таким образом, становится не просто вспомогательной функцией менеджмента, а ключевым элементом стратегии долгосрочного развития компаний. В этих условиях анализ качества и конкурентоспособности становится ключевым инструментом повышения устойчивости бизнеса.

Ключевые слова: прирост продаж, снижение себестоимости, факторы, анализ, методический аппарат, система качества.

Modern economies are increasingly focused on the value for the consumer created by industry leaders. In the food sector, this value is directly linked to the quality of products and their ability to compete in a growing and dynamic market. The analysis of quality and competitiveness, thus, becomes not just an auxiliary function of management, but a key element of the strategy of long-term development of companies. In these conditions, the analysis of quality and competitiveness becomes a key tool for improving business sustainability.

Key words: sales growth, cost reduction, factors, analysis, methodological apparatus, quality system.

Основные положения

1. Исследуемое предприятие занимает ведущие позиции по выручке и прибыли среди отечественных производителей макарон и муки, сохраняя высокую финансовую устойчивость.
2. Ключевой вклад в продажи исследуемого предприятия дают макаронные изделия (50 %) и мука (39 %), а конкурентные преимущества обеспечиваются вертикальной интеграцией, эффектом масштаба, узнаваемым брендом и развитой логистикой.
3. Согласно интегральным коэффициентам конкурентоспособности исследуемое предприятие опережает большинство российских конкурентов по абсолютной прибыли, но нуждается в ускорении оборачиваемости активов и наращивании темпов продаж с целью обеспечения высокого уровня рентабельности.

* Ссылка на статью: Сайфутдинова Л.Р. Методологические аспекты оценки качества и конкурентоспособности продукции в современных организациях / Л.Р. Сайфутдинова, Г.Р. Нигматуллина, И.С. Хабибов // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2025. № 3. С. 114–118. DOI: 10.34773/EU.2025.3.21.

Введение

Анализ качества и конкурентоспособности продукции представляет собой многоэтапный процесс, включающий оценку технических характеристик товара, сравнение их с требованиями стандартов и продуктами-конкурентами, а также исследование рыночных условий. Методологическая основа такого анализа сочетает количественные методы оценки (показатели и индексы) и качественные методы стратегического анализа. Цель состоит в том, чтобы выявить сильные и слабые стороны продукции с точки зрения качества, определить её конкурентные преимущества и недостатки, а затем выработать меры по улучшению показателей.

Грамотно проведённый анализ качества и конкурентоспособности служит основой для разработки мероприятий по повышению конкурентных преимуществ продукции и укрепления позиций организации в конкурентной борьбе. Таким образом, сочетание высокого качества товаров и эффективного управления факторами конкурентоспособности является залогом успешной деятельности предприятия в современных рыночных условиях.

Методы

Структура продукции исследуемого предприятия (АО «Макфа») включает широкий ассортимент бакалейных товаров от традиционных макарон и муки до разнообразных зерновых продуктов и смесей для выпечки, что позволяет компании стабильно удерживать лидирующие позиции на российском рынке.

Для более подробного анализа структуры продукции рассмотрим долю каждого вида в итоговой выручке компании (табл. 1).

Таблица 1

Доля и динамика продукции в выручке предприятия

Продукция	2022 г.		2023 г.		2024 г.		2024 г. к 2022 г.	
	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Тыс. руб.	%	Прирост, %	Доля, %
Макаронные изделия, в том числе:	12656100	49,93	11400994	48,19	14627387	50,18	15,58	0,25
- ТМ Макфа	12024289	47,43	10904416	46,09	13922783	47,76	15,79	0,33
- ТМ Grand di pasta	551767	2,18	435925	1,84	668260	2,29	21,11	0,12
- ТМ Смак	80044	0,32	29308	0,12	4808	0,02	-93,99	-0,30
- ТМ MOLLETO	0	0,00	31345	0,13	31536	0,11	100,00	0,11
Мука п.п. Роцино	4753299	18,75	4438469	18,76	5142778	17,64	8,19	-1,11
Мука п.п. Георгиевск	2004298	7,91	1999199	8,45	2438054	8,36	21,64	0,46
Мука п.п. Курган	3189409	12,58	3089765	13,06	3523484	12,09	10,47	-0,50
Мука покупная СТМ	97865	0,39	111481	0,47	166408	0,57	70,04	0,18
Каши и завтраки	69913	0,28	72205	0,31	87390	0,30	25,00	0,02
Гречка АО «Макфа»	932500	3,68	750950	3,17	740665	2,54	-20,57	-1,14
Рис	418230	1,65	552674	2,34	833222	2,86	99,23	1,21
Крупа АО «Макфа»	571051	2,25	633162	2,68	764670	2,62	33,91	0,37
Хлопья	185501	0,73	162572	0,69	207039	0,71	11,61	-0,02
Полуфабрикаты	8074	0,03	11139	0,05	22300	0,08	176,20	0,04
Масло оливковое	110764	0,44	99171	0,42	128790	0,44	16,27	0,00
Союзики	63573	0,25	71007	0,30	82623	0,28	29,97	0,03
Снеки	0	0,00	550	0,00	22177	0,08	100,00	0,08
Прочая реализация	289073	1,14	264319	1,12	365197	1,25	26,33	0,11
Итого выручка	25349650	100	23657657	100	29152184	100	15,00	0,00

Из представленной структуры ассортимента видно, что ключевой вклад в выручку предприятия традиционно дают макаронные изделия (более 50 %), но при этом меняется доля

внутри самой «макаронной» линейки, так бренд «ТМ Смак» практически исчезает из продаж, а новые марки («ТМ MOLLETO») пока занимают незначительную часть рынка. Сокращение доли некоторых продуктов (например, гречка АО «Макфа» с 3,68 % до 2,54 %) со снижением в размере 20,6 % и рост выручки по позициям с потенциально меньшей маржинальностью (в том числе «Мука п.п. Георгиевск» и «ТМ Grand di pasta») приводят к тому, что совокупная рентабельность всей продуктовой корзины снижается. Иными словами, даже при общем приросте продаж по ряду наименований компания получает более низкую норму прибыли за счёт смещения структуры ассортимента в пользу товаров с меньшей наценкой и сокращения доли высокомаржинальных позиций. При этом наибольший прирост в относительном выражении наблюдался по рису (в 2 раза) и полуфабрикатам (более чем в 2,5 раза), но данные категории занимают малый объем продаж – по рису он составил 2,86 % с увеличением доли на 1,21 %, а по полуфабрикатам – 0,08 с увеличением на 0,04 %.

Кроме макаронных изделий, вторым по объему продаж видом продукции предприятия является мука с общей долей около 39 %, при этом ее доля в 2024 году снизилась по отношению к 2022 году более чем на 1 %.

Дополнительно отрицательно сказалась практически полная потеря сегмента «ТМ Смак», выручка от которого снизилась на 94 %, а доля в общем объеме продаж упала на 0,3 % и составила 0,02 %, тогда как ранее данная марка обеспечивала высокий уровень прибыли. Аналогично уменьшение доли гречневой продукции, которая обычно имеет относительно высокую рентабельность, также сказалось на итоговом уровне прибыли. В результате общий рост выручки (особенно в сегменте макаронных изделий в широком смысле) не смог компенсировать негативный эффект от изменения структуры ассортимента, что и привело к снижению рентабельности компании в 2024 г.

Таким образом, негативное влияние на операционную деятельность могло оказать снижение доли гречневой продукции и марки ТМ «Смак», а также понижение доли муки, а также повышение доли и объема продаж по макаронам и рису.

Обсуждение

В условиях динамичного развития рынка продовольственных товаров и усиления конкурентного давления со стороны отечественных и зарубежных производителей, особое значение приобретает комплексная оценка конкурентоспособности продукции АО «Макфа». Она будет проведена путем сравнения финансово-экономических показателей АО «Макфа» с конкурентами и рассмотрение динамики продаж относительно отраслевых конкурентов.

В качестве конкурентов будут выбраны по 3 компании по двум направлениям, по которым доля продукции компании в объеме продаж наибольшая (88,84 %): макаронные изделия с долей в 50,18 % и мука с долей в 38,66 %. Следовательно, в качестве направлений выбраны: по первому направлению по объему выручки входят ООО «Мелькомбинат», ЗАО «Алексзернопродукт» имени С.Н. Старовойтова, АО «ЛКХП Кирова»; по второму – ООО «Маревен Фуд Сэнтрал», ООО «Объединение “Союзпищепром”» и ООО «Макпром».

В таблице 2 представим показатели для оценки конкурентоспособности за 2024 год. Из представленных показателей видно, что исследуемое предприятие заметно опережает конкурентов по ключевым абсолютным показателям, таким как объем активов и выручка. Кроме того, компания демонстрирует самую высокую чистую прибыль, что свидетельствует о масштабах бизнеса и способности эффективно конвертировать продажи в конечный финансовый результат.

**Показатели для оценки конкурентоспособности компаний
по производству муки и макаронных изделий**

Показатель	АО «Макфа»	ООО «Мель- комбинат»	ЗАО «Алексзерно- продукт» имени С.Н. Старовойтова	АО «ЛКХП Кирова»	ООО «Маревен Фуд Сэн- трал»	ООО «Объ- единение «Союзпи- щепром»	ООО «Макпром»
Активы, млн руб.	18739,3	8572,8	8276,8	4648,7	16566,7	12607,9	7588,1
Выручка, млн руб.	29152,2	12653,8	11791,6	11303,9	31799,7	12332,5	9859,5
Прибыль от про- даж, млн руб.	3589,8	1107,5	494,9	1353,7	3839,3	1326,3	1744
Чистая прибыль, млн руб.	2762,0	458,4	1608,9	1136,4	2551,4	1759,8	1320,8
Коэффициент фи- нансовой незави- симости	0,71	0,21	0,77	0,68	0,63	0,81	0,88
Коэффициент оборачиваемости активов	1,56	1,48	1,43	2,43	1,92	0,98	1,30
Фондоотдача	4,47	21,14	5,58	9,17	7,13	4,78	2,17
Коэффициент оборачиваемости оборотных акти- вов	2,41	1,78	1,95	3,65	2,74	1,30	3,29
Рентабельность продаж, %	12,32	8,75	6,00	11,98	12,08	10,76	17,699
Рентабельность активов, %	14,74	5,35	19,44	24,45	15,40	13,96	17,41
Рентабельность собственного ка- питала, %	22,60	29,09	24,00	42,89	49,44	17,57	19,77

По показателю рентабельности продаж (около 12 %) «Макфа» находится в верхней части диапазона. Некоторые конкуренты показывают более высокую маржинальность при меньших масштабах бизнеса, однако в абсолютном выражении «Макфа» остаётся лидером. Рентабельность активов и рентабельность собственного капитала указывают на хорошую отдачу от вложенных средств и высокий уровень деловой активности. Но данные показатели ниже, чем у 4 конкурентов. Коэффициент финансовой независимости находится на достаточно высоком уровне. Следовательно, значительная часть активов компании профинансирована собственным капиталом, что повышает устойчивость к внешним шокам. Оборачиваемость активов средняя по выборке. Есть компании с более высокими значениями, что может свидетельствовать о более «лёгкой» структуре бизнеса или меньшем объёме внеоборотных активов. По показателю фондоотдачи предприятие уступает конкурентам с более «оперативной» моделью. Однако столь высокая фондоотдача у других может объясняться спецификой производства.

Таким образом, АО «Макфа» лидер по производству макаронных изделий и один из крупнейших производителей муки в РФ. Высокие объёмы выручки и прибыли отражают доминирующие рыночные позиции, широкую географию поставок и разнообразие ассортимента. Компания сочетает в себе крупные мощности по переработке зерна и разветвлённую сбытовую сеть, что обеспечивает ей эффект масштаба и устойчивую конкурентоспособность даже в сравнении с другими крупными игроками. Некоторое отставание по показателям оборачиваемости может стать зоной роста за счёт оптимизации запасов и логистики, однако оно не критично на фоне общей финансовой устойчивости и величины прибыли.

АО «Макфа» выступает явным лидером отрасли по масштабу деятельности, суммарной выручке и абсолютному объёму прибыли. Высокие показатели рентабельности при достаточно прочной финансовой независимости обеспечивают компании конкурентное преимущество. Несмотря на наличие сильных игроков с более высокой оборачиваемостью и отдельными высокими рентабельными проектами, «Макфа» сохраняет и укрепляет позиции благодаря широкой ассортиментной политике, устойчивому финансовому положению и масштабному присутствию на рынке.

Заключение

Исследуемое предприятие является безусловным лидером среди рассмотренных компаний по абсолютным показателям (активы, выручка, прибыль), что отражает масштабность бизнеса и устойчивые рыночные позиции. Высокий уровень финансовой независимости обеспечивает компании дополнительную защиту от внешних рисков, а рентабельность продаж и активов находится на достаточно высоком уровне, хотя и уступает некоторым игрокам по отдельным показателям эффективности (оборотная, фондоотдача). Дальнейшее развитие конкурентных преимуществ производственного предприятия может быть достигнуто за счёт оптимизации оборотных активов, повышения оборачиваемости и усиления маркетинговых стратегий, что позволит укрепить лидерство компании и сохранить высокую конкурентоспособность в долгосрочной перспективе.

Литература

1. Абдусаламова М.М. Качество продукции – показатель уровня жизни населения [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-produktsii-pokazatel-urovnya-zhizni-naseleniya>
2. Береговая И.Б. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия // Символ науки. 2015. № 12. С. 90–93.
3. ГОСТ Р ИСО 9001-2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Системы менеджмента качества. Требования (утв. Приказом Росстандарта от 28.09.2015 № 1391-ст) [Электронный ресурс]. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194941/