

УДК 334.735

DOI:10.21295/2223-5639-2017-5-284-293

Целикова Л.В.

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации, канд. экон. наук, доцент кафедры товароведения

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: СОВРЕМЕННЫЙ АСПЕКТ

Аннотация. В статье рассмотрена оценка конкурентоспособности потребительской кооперации как системы в целом с учетом того, что это – и инфраструктурный элемент рыночной среды, являющийся основной силой в формировании товарооборота республики, и многоотраслевой субъект рыночных отношений, учитывающий социально-экономические особенности потребительской кооперации. В процессе исследования использованы методы систематизации и логического обобщения, группировки, сравнения, анализа, обобщения. Установлено, что ведущим аспектом деятельности потребительской кооперации является улучшение торгового обслуживания сельского населения, увеличение розничного товарооборота с целью закрепления статуса одной из ведущих торговых систем страны. Представлена обобщающая интегрированная модель оценки конкурентоспособности торговли в целом, а все остальные отрасли системы рассмотрены во взаимной связи с ней. Результаты их деятельности, трансформируясь, отражаются в розничном товарообороте потребкооперации, поскольку произведенные ими товары находят свое признание у покупателей, то есть в сфере обмена – торговле. И для ее расчета необходимо использовать показатели, характеризующие конечные результаты торговой деятельности (показатели ресурсной и рыночной составляющей). Этот подход является принципиально новым для такой открытой мультифункциональной и макрологистической системы, каковой является потребительская кооперация. Проведенные исследования позволяют сделать вывод, что в настоящее время система потребкооперации в целом имеет удовлетворительный уровень конкурентоспособности с обозначившейся тенденцией к снижению. Для оценки ее конкурентоспособности с учетом особенностей и социальной функции должна использоваться особая методика и система показателей, учитывающая не только экономический и рыночный аспект торговой деятельности, но и совместный вклад всех отраслей системы в конечные результаты хозяйствования, их мультипликативный или синергетический эффект. Представленные подходы могут быть использованы при выработке управленческих решений со стороны инвесторов, органов власти и управления, рыночных контрагентов и пр., в разработке результативной стратегии функционирования системы потребительской кооперации.

Ключевые слова: конкурентоспособность, рынок, деятельность, потребительская кооперация, показатель, управление, оценка, результат, стратегия.

Введение. В настоящее время потребительская кооперация нуждается в наличие единой методической базы, позволяющей оперативно, достоверно проводить оценку ее конкурентоспособности и эффективности хозяйствования с целью выработки рациональной стратегии функционирования на рынке. Вопросы управления конкурентоспособностью являются объектом пристального изучения экономики, маркетинга, менеджмента, товароведения и др. наук. Формируя и реализуя на рынке систему управления конкурентоспособностью, все они выполняют свою основную функцию – приведение в соответствие спроса и предложения товаров. Проблема управления конкурентоспособностью в сфере торговли и услуг – одна из пограничных областей выше обозначенных наук и должна рассматриваться комплексно, и ее постановка является весьма своевременной. Экономическая стабильность может быть достигнута только при условии реализации произведенной качественной и конкурентоспособной продукции.

Цель исследования – оценка конкурентоспособности потребительской кооперации как системы в целом.

Задачи исследования предопределены поставленной целью и предполагают разработку механизма оценки конкурентоспособности потребительской кооперации как системы с учетом ее многоотраслевого характера деятельности и социально-экономических особенностей функционирования, поскольку потребительская кооперация, с одной стороны, – это инфраструктурный элемент рыночной среды, являющийся основной силой в формировании товарооборота республики, с другой, – многоотраслевой субъект рыночных отношений, учитывающий социально-экономические особенности потребительской кооперации. В этой связи, по нашему мнению, данные аспекты, во многом определяют конкурентоспособность системы и

должны быть учтены при оценке ее конкурентоспособности.

Главный аспект деятельности потребительской кооперации – получение прибыли через удовлетворение покупательского спроса при высокой культуре обслуживания – требует гибкого реагирования на изменения, происходящие на рынке. Покупать и продавать товары надо так, чтобы любая сделка обеспечивала предельно возможный уровень рентабельности; чтобы риск хозяйственных операций был сведен к минимуму; чтобы постоянно укреплялось положение системы на рынке и росло доверие к ней со стороны деловых партнеров. Эффективная хозяйственная деятельность потребительской кооперации обеспечивает ее устойчивое финансовое состояние, высокую конкурентоспособность. Поэтому проблема оценки конкурентоспособности системы приобретает особое значение и важна для стабилизации экономики, обеспечения конкурентоспособности и экономической безопасности Беларуси. Ее постановка является своевременной и актуальной.

Кратко отдельные вопросы, затрагивающие оценку конкурентоспособности организации, освещались в публикациях П. Вахрина, Ф. Панкратова, А. Фридмана, С. Голика, А. Бурлакова, Т. Чаюн и др. [1, с. 3–12; 2, с. 4–8].

Некоторые моменты, связанные с оценкой конкурентоспособности товаров как составляющей конкурентоспособности организации в целом, имеются в работах белорусских авторов: А.А. Наумчик, Н.Н. Козыревой, Т.В. Емельяновой, Л.В. Мисниковой, Л.К. Климович [3, с. 23]. В качестве критерия оценки выдвигается эффективность деятельности и режим экономии. Как представляется, эффективность экономической деятельности является лишь одной из приоритетных составляющих конкурентоспособности, особенно в торговле. Вопросы стратегии и

тактики хозяйственной деятельности потребительской кооперации в рыночных условиях, о месте и роли ее в структуре рынка частично излагались в трудах А. Савинского, Н. Писаренко, Т. Сырод, С. Виноградовой, А. Капштыка, Е. Попова, В. Сыцко [4, с. 156]. Однако в них не нашел отражения в достаточном объеме комплекс социально-экономических особенностей организации как субъекта конкурентной борьбы в условиях рынка. В научных и методических работах конкурентоспособность потребительской кооперации традиционно рассматривается через эффективность хозяйствования в условиях конкуренции.

Отметим, что в области управления эффективностью хозяйственной деятельности сложились достаточно устойчивые показатели оценки и методы их исчисления. Что касается показателей конкурентоспособности, то они носят дискуссионный характер. И здесь нет устоявшихся каких-то приемов. В зависимости от целей оценки и требований практики виды и группировки показателей конкурентоспособности вполне могут меняться [5, с. 124].

До настоящего времени аспекты методологии оценки конкурентоспособности организации связаны с недостаточной научной проработкой проблемы. Отсутствует обоснованная система показателей, необходимых для оценки конкурентоспособности. Требуют разработки вопросы методики определения отдельных показателей, необходимых для оценки конкурентоспособности потребительской кооперации в целом и ее структурных элементов.

Рабочая гипотеза исследования. С нашей точки зрения проблемы и с учетом проведенных социологических исследований, конкурентоспособность потребкооперации в целом характеризуется комплексом показателей, которые рассчитываются с учетом ее особенностей на рынке Республики Беларусь, а результаты оценки на уровне системы должны стать

основой **формирования** стратегии повышения ее конкурентоспособности.

Объект, предмет и методы исследования. Объектом исследования выступает потребительская кооперация, а предметом – оценка конкурентоспособности и эффективности ее деятельности за 2005–2016 гг.

Методы исследования. В процессе исследования применялись методы систематизации и логического обобщения, группировки, сравнения, анализа деятельности системы потребительской кооперации за исследуемый период.

Информационной основой исследования явились данные статистических ежегодников, материалы статистической и оперативной отчетности системы потребительской кооперации Республики Беларусь за 2005–2016 гг.

Результаты исследования. Конкурентоспособность – настолько многогранная экономическая категория, что ее невозможно выразить каким-либо одним обобщенным показателем. Количественно она должна быть оценена системой показателей и изучаться системно, затрагивая экономический и социальный аспекты ее деятельности. Поэтому разработанная в процессе исследования система показателей состоит из двух подсистем: показателей, характеризующих экономическое состояние системы, и показателей, характеризующих социальную направленность деятельности потребкооперации.

Как представляется, ресурсная составляющая конкурентоспособности состоит из следующих блоков показателей: показателей оценки финансового положения (финансовой стабильности), показателей оценки состояния внутреннего стратегического потенциала и рентабельности его использования, показателей оценки коммерческой активности.

Оценку рыночной составляющей конкурентоспособности следует произ-

водить по следующим группам показателей: показатели оценки качества торговли, показатели оценки имиджа системы [5, с. 127].

В рамках указанных групп были уточнены единичные показатели. Так, финансовое положение предлагается оценить посредством коэффициентов ликвидности и рыночной устойчивости, состояние внутреннего потенциала – через рентабельность хозяйственной деятельности и эффективность управления. Коммерческая активность – это качество торговли (конкурентоспособность товаров и качество торгового обслуживания), а также имидж системы.

Расчет конкурентоспособности потребительской кооперации производился по авторской методике с учетом выше перечисленных показателей, а также по рыночной доле. Поскольку исходные показатели являются коэффициентами, то для расчета обобщенного показателя конкурентоспособности могут быть использованы следующие модели:

$$R_{ij} = \sqrt{\frac{A_1^2 + A_2^2 + \dots + A_n^2}{n}} \quad (1)$$

$$R_{ij} = \sqrt[n]{A_1 \times A_2 \times \dots \times A_n} \quad (2)$$

где R_{ij} – конкурентоспособность потребительской кооперации;

A_1, A_2, A_n – единичные показатели оценки деятельности потребительской кооперации.

В формулы 1 и 2 можно ввести весовые коэффициенты для дифференциации оценки в соответствии со значимостью конкретного показателя для пользователей на конкурентном рынке.

Далее полученный результат соотносится с результатом, взятым в качестве базы для сравнения (эталонным). В нашем случае – лучшим в отрасли.

Уровень конкурентоспособности

потребительской кооперации (K) рассчитывался как отношение интегрального показателя конкурентоспособности системы к аналогичному интегральному базовому показателю по формуле:

$$K = \frac{I}{I_0} \quad (3)$$

где I – интегральный показатель конкурентоспособности системы потребительской кооперации;

I_0 – интегральный базовый показатель конкурентоспособности.

Если в результате оценки окажется, что $K < 1$, то субъект хозяйствования не конкурентоспособен, а если $K > 1$, то он конкурентоспособен.

Шкала оценки уровня конкурентоспособности имеет вид [1, с. 7]:

0,00 – 0,50 – неудовлетворительный уровень конкурентоспособности

0,51 – 0,75 – удовлетворительный уровень конкурентоспособности

0,76 – 0,95 – хороший уровень конкурентоспособности

0,96 – 1,00 – высокий уровень конкурентоспособности

Если в качестве базового показателя использовать аналогичный показатель данного предприятия (системы) за предыдущий период, то в результате можно получить информацию об изменении конкурентоспособности в течение анализируемого периода.

Для оценки конкурентоспособности системы потребительской кооперации был использован показатель доли рынка. Доля рынка, занимаемая системой потребительской кооперации рассчитана по формуле:

$$D_i = T_i/T \quad (4)$$

$$0 < D_i < 1,$$

где D_i – доля потребительской коопера-

ции в общем объеме оборота розничной торговли Республики Беларусь;

T_i – оборот розничной торговли системы потребительской кооперации Республики Беларусь;

T – оборот розничной торговли Республики Беларусь.

Полученные результаты свидетельствуют, что система в целом имеет удовлетворительный уровень конкурентоспособности с обозначившейся тенденцией к снижению (табл. 1).

Таблица 1

Результаты оценки конкурентоспособности потребительской кооперации Республики Беларусь в 2005–2016 гг.

Динамика конкурентоспособности, K	Годы			
	2005	2010	2015	2016
в сравнении с собственной конкурентоспособностью	1,00	0,659	0,541	0,537
по рыночной доле	1,00	0,660	0,542	0,536

* Рассчитано автором.

Снижение конкурентоспособности системы за анализируемый период произошло по многим причинам.

Во многом это связано с падением объемов розничного товарооборота, опережающим ростом издержек обращения в сравнении с ростом доходов, снижением рентабельности, несбалансированностью и нерациональностью использования ресурсов, ростом издержкоемкости. Сокращение доли рынка произошло в связи с высокими розничными ценами, которые сформировались в результате высоких отпускных цен на товары и ставок налогов, как следствие, это вызвало значительное сужение ассортимента товаров [6, с. 617, 7, с. 51].

В процессе анализа была поставлена задача выявления условий и факторов обеспечения сохранения конкурентных позиций системы потребительской кооперации. Представляется, что это возможно через удержание конкурентных позиций применительно к текущему моменту хозяйствования через активизацию внутренних

резервов. Для реализации данной стратегической альтернативы необходимо учесть совпадение целей развития с внутренними возможностями и внешними благоприятными факторами. Для этого необходимо определить ключевую отрасль или направление развития, поскольку развивать одновременно все отрасли деятельности нереально ввиду отсутствия ресурсов, сокращения объемов деятельности и убыточности многих организаций и предприятий системы. Ее можно определить через выявление желаемых системных взаимосвязей между отраслями (табл. 2). Их перспективная оценка сделана при допущении, что все отрасли потребительской кооперации полностью используют имеющиеся мощности.

На основании оценки и анализа рассчитанных коэффициентов и определения иерархии отраслей можно утверждать, что каждая отрасль вносит разный вклад в обеспечение конкурентоспособности системы в целом.

Таблица 2

**Степень важности и зависимости отраслей деятельности
потребительской кооперации Республики Беларусь**

Отрасли	Степень важности	Степень зависимости
1. Розничная торговля	10	11
2. Общественное питание	8	10
3. Заготовки	12	8
4. Кооперативное производство	15	8
5. Оптовая торговля	10	11

* Рассчитано автором.

Так, наибольший удельный вес в решении обозначенной проблемы принадлежит кооперативной промышленности, затем идут заготовительная отрасль, торговля и общественное питание. Исследуя составляющие торговли, отметим, что слабо функционирует оптовая торговля, некогда достаточно прибыльное звено.

Оценка желаемых взаимосвязей показала, что наибольшее влияние на развитие всей системы в целом и отдельных ее отраслей окажет и оказывает розничная торговля. В перспективе оптовая торговля, по-прежнему, окажется менее зависимой от других отраслей в структуре товарной логистики. Она признана перспективной и важной большинством экспертов. В 2016 году наивысшую конкурентоспособность имели те торговые объекты, где хорошо развита оптовая логистика и нетрадиционные виды деятельности [7, с. 52].

Предлагается широко использовать диверсификацию деятельности, позволяющую в значительной мере наращивать объемы собственных товарных ресурсов, обеспечивать устойчивое снабжение обслуживаемого населения социально-значимыми товарами, расширять качество и количество предостав-

ляемых населению торговых и бытовых услуг с целью повышения имиджа предприятий и организаций.

Необходимо также укрепление социального партнерства системы с государственными структурами с целью обеспечения для системы льгот по кредитованию и налогообложению.

Выводы и заключение. Потребительская кооперация – это сложный элемент инфраструктуры рынка, представляющий собой народнохозяйственный комплекс в миниатюре. Тем не менее, на потребительском рынке – это, прежде всего, торговая структура с социальной ориентацией на сельский рынок, осуществляющая прямые и обратные связи между производством и потреблением посредством торговой деятельности. Ее социальная функция, многоотраслевая и многофункциональная направленность в большей мере реализуются через торговую деятельность и, в конечном счете, проявляются в розничном товарообороте и объеме платных услуг населению.

Ведущим аспектом деятельности системы сегодня является улучшение торгового обслуживания сельского населения, увеличение совокупной доли в общем объеме оборота розничной торговли республики за счет рационального соотношения спроса и предложения товаров и услуг, а

также за счет достижения конкурентоспособного качества торговли с целью закрепления за собой статуса одной из ведущих торговых систем республики. Поэтому торговая деятельность является ведущим элементом деятельности потребкооперации, а все остальные отрасли работают на ее поддержание, формируя значительный объем товарных ресурсов за счет собственного производства и заготовок. Следовательно, конкурентоспособность должна оцениваться посредством розничной торговли, поскольку она – обобщающая интегрированная модель оценки конкурентоспособности системы в целом. Результаты деятельности каждой из отдельно взятых отраслей потребительской кооперации, трансформируясь, находят свое отражение в розничном товарообороте системы, то есть действие такого фактора производства, как капитал (основной и оборотный) в конкретизированном виде находит свое выражение в конечном итоге – розничном товарообороте. Произведенные продукты отдельно взятых отраслей потребкооперации находят свое совокупное признание у покупателей, то есть в сфере обмена, торговле. Поэтому правомерным будет утверждение, что конкурентоспособность потребительской кооперации должна оцениваться по результатам торговой деятельности. И для ее расчета необходимо использовать показатели, характеризующие конечные результаты торговой деятельности. Этот подход является, на наш взгляд, принципиальным и приемлемым именно для оценки конкурентоспособности такой открытой мультифункциональной и макрологистической системы, каковой является потребительская кооперация.

Разработанная система показателей оценки конкурентоспособности, позволяет целенаправленно и предметно рассмотреть сильные и слабые стороны в деятельности исследуемого субъекта и обосновать систему направлений и мер по повышению

его конкурентоспособности. Вместе с тем принятая нами система показателей может меняться за счет введения новых показателей в зависимости от особенностей деятельности того или иного субъекта и целей оценки. Соответствующим образом будет меняться и модель оценки с адаптацией применительно к конкретному субъекту рынка, при этом должна быть обеспечена научная корректность таких оценок.

Для оценки конкурентоспособности потребительской кооперации с учетом ее особенности и социальной функции должна использоваться особая методика, которая учитывает не только экономический аспект торговой деятельности, но и совместный вклад всех отраслей системы в конечные результаты хозяйствования, их мультипликационный или синергетический эффект. В основу такой оценки положена система показателей, учитывающая многоотраслевого характера потребительской кооперации. Проводимая таким образом оценка может служить ориентиром при выработке управленческих решений в процессе формирования стратегии повышения конкурентоспособности системы потребительской кооперации.

Список литературы

1. Целикова, Л. В. Теоретические проблемы конкурентоспособности потребительской кооперации на современном этапе [Текст] / Л. В. Целикова. – Гомель : Гом. кооп. ин.-т, 1998. – 41 с. – Деп. в БелИСА 23.09.98. – № Д199863 // РЖ № 11, 1998. – 11 с.
2. Целикова, Л. В. Социально-экономические особенности потребительской кооперации как субъекта оценки конкурентоспособности на современном этапе [Текст] / Л. В. Целикова / Гом. кооп. ин.-т. – Гомель, 1998. – 38 с. – Деп. в БелИСА 23.09.98. – № Д199864 // РЖ № 11. – 1998. – 12 с.

3. **Целикова, Л. В.** Проблемные аспекты в оценке конкурентоспособности организации сферы услуг [Текст] / Л. В. Целикова // Журнал Потребительская кооперация. – 2010. – № 2(29). – С. 22–29.

4. **Целикова, Л. В.** Управление качеством, конкурентоспособностью и безопасностью товаров [Текст] / Л. В. Целикова, В. Е. Сыцко // Современное материаловедение и товароведение: теория, практика, перспективы : материалы III международной научно-практической Интернет-конференции (г. Полтава, 22–23 марта 2016 г.). – Полтава : ПУЕТ, 2016. – С. 155–161.

5. **Целикова, Л. В.** Конкурентоспособность товаров как основа развития и укрепления экономики Республики Беларусь, обеспечения ее экономической безопасности [Текст] / Л. В. Целикова, В. Е. Сыцко // Учетно-

аналитическое и финансовое обеспечение деятельности субъектов хозяйствования: национальные, глобализационные и евроинтеграционные аспекты : материалы международной научно-практической конференции (г. Николаев, 23–25 ноября 2016 г.). – Николаев : ННАУ, 2016. – С. 123–129.

6. **Sytsko, V. E.** Methods of forecasting the quality and competitiveness in nonfoods [Text] / V. E. Sytsko // 16th GWT symposium. Suwon. – Korea, 2008. – P. 617–620.

7. **Сыцко, В. Е.** Качество и конкурентоспособность – главный фактор рыночной экономики [Текст] / В. Е. Сыцко, Л. В. Целикова // Новое в технике и технологии текстильной промышленности : сборник Международной научной конференции. – Витебск : ВГТУ, 2013. – С. 51–52.

Tselikova L.V.

Belarusian Trade and Economic University of Consumer Cooperation, Candidate in Economics,
Associate Professor, Chair of Goods Expertise

EVALUATION OF CONSUMER COOPERATION COMPETITIVENESS: CONTEMPORARY ASPECT

Abstract. The purpose of the study is to assess the competitiveness of consumer cooperation as a system in general, taking into account the fact that this is the infrastructural element of the market environment, which is the main force in the formation of the republic's turnover, and a multi-sectoral subject of market relations that takes into account social and economic characteristics of consumer cooperation. The following methods of research were used: systematization and logical generalization, grouping, comparison, analysis, generalization. Results. It is established that a leading aspect of consumer cooperation is the improvement of trading service of the rural population, the increase in retail trade with the aim to consolidate its status as one of the leading commercial systems of the country. Trade is generalized integrated model for assessment of competitiveness, in general, and all other sectors of the system work on its maintenance, forming a significant amount of commodity resources at the expense of own production and procurement. The transforming results of their activities are reflected in retail turnover of consumer cooperation, as their products find their recognition among buyers, that is, in the sphere of exchange trade. The competitiveness of consumer cooperation should be assessed through the trading activities. And for its calculation it is necessary to use the indicators characterizing the final results of the trading activities (rates of resource and market component). This approach is quite new for such an open multifunctional and macrologistical system, which is consumer cooperation. Conclusions. Currently, the system of consumer cooperatives, as a whole, has a satisfactory level of competitiveness with emerging downward trend. To assess its competitiveness with the features and social functions it is necessary to use special methodology and system of indicators, taking into account not only economic and market aspect of their trading activities, but the joint contribution of all sectors of the system in the end results management, their multiplication or synergistic effect. All this is a landmark in the development of management decisions on the part of investors, authorities and control of market counter-agents, etc., in the development of effective strategies for operation and management.

Keywords: competitiveness, market, activities, consumer cooperation, indicator, management, assessment, result, strategy.

References

1. Tselikova, L.V. (1998). *Teoreticheskiye problemy konkurentosposobnosti potrebitel'skoy kooperatsii na sovremennom etape* [Theoretical problems of competitiveness of consumer cooperation at the present stage]. GOM. Koop. in-t - Gomel, 1998. - 41 s. [Gomel Cooperative Institute, Deposited

in BelISA]. The Conference 23.09.98. No D199863// RJ No. 11.

2. Tselikova, L. V. (1998). *Sotsial'no-ekonomicheskiye osobennosti potrebitel'skoy kooperatsii kak sub'yekta otsenki konkurentosposobnosti na sovremennom etape* [Socio-economic characteristics of consumer cooperatives as a subject of an estimation of competitiveness at the present stage]. Gom. koop. in.-t. – Gomel', 1998. - 38 s. - Dep.

v BelISA 23.09.98. - № D199864 // RZH № 11. 1998. - 12s. [Gomel Cooperative Institute, Deposited in BeliSA]. The Conference 23.09.98. No D199864, RJ No. 11.

3. Tselikova, L.V. (2010). Problemnyye aspekty v otsenke konkurentosposobnosti organizatsii sfery uslug [Problematic aspects in the assessment of competitiveness of services]. *Potrebitel'skaya kooperatsiya [Consumer cooperation]*. 2(29), 22 – 29.

4. Tselikova, L.V. & Sytsko, V.E. (2016). Upravleniye kachestvom, konkurentosposobnost'yu i bezopasnost'yu tovarov [Quality Management, competitiveness and security of products]. *Sovremennoye materialovedeniye i tovarovedeniye: teoriya, praktika, perspektivy : materialy III mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy Internet-konferentsii (g. Poltava, 22–23 marta 2016 g.) [Modern materials and commodity: theory, practice, prospects: materials of III international scientific-practical Internet-conference (Poltava, March 22 – 23, 2016)]*. Poltava: PUET, P. 155 – 161.

5. Tselikova, L.V. & Sytsko, V.E. (2016). Konkurentosposobnost' tovarov kak osnova razvitiya i ukrepleniya ekonomiki Respubliki Belarus', obespecheniye ekonomicheskoy bezopasnosti [Competitiveness of goods as a

basis for the development and strengthening of economy of the Republic of Belarus and ensuring its economic security]. *Uchetno-analiticheskoye i finansovoye obespecheniye deyatel'nosti sub'yektov khozyaystvovaniya: natsional'nyye, globalizatsionnyye i yevrointegratsionnyye aspekty : materialy mezh-dunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (g. Nikolayev, 23–25 noyabrya 2016 g.) [Accounting analytical and financial activities of economic entities: the national, globalization and the European integration aspects: proceedings of the international scientific-practical conference (Nikolaev, 23-25 November, 2016)]*. Nikolaev: NNAU. P. 123-129.

6. Sytsko, V.E. (2008). Methods of forecasting the quality and competitiveness in nonfoods. 16th GWT symposium. Suwon. Korea. P. 617 – 620.

7. Sytsko, V.E. & Tselikova, L.V. (2013). Kachestvo i konkurentosposobnost' – glavnyy faktor rynochnoy ekonomiki [Quality and competitiveness is the main factor of the market economy]. *Novoye v tekhnike i tekhnologii tekstil'noy promyshlennosti : sbornik Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii. [Proceedings of International scientific conference "Innovations in technique and technology of textile industry"]*. Vitebsk: VSTU, 51–52.

e-mail: fak_zkom@bteu.by