

**Оценка социально-экономической эффективности закупок
сельскохозяйственной продукции и сырья организациями
потребительской кооперации системы Центросоюза
Российской Федерации**

Воскобойников Я.М., доцент кафедры финансов,
АНО ОВО ЦС РФ «Российский университет кооперации», Мытищи, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы социально-экономической эффективности закупок сельскохозяйственной продукции и сырья в организациях потребительской кооперации, факторы формирования социально-экономических результатов этого вида деятельности, методические подходы к оценке социально-экономической эффективности закупок сельскохозяйственной продукции и опыт работы в этой сфере лучших потребсоюзов России.

Ключевые слова: потребительская кооперация, закупки сельскохозяйственной продукции и сырья, показатели финансовой и социально-экономической эффективности закупочной деятельности.

**Assessment of the socio-economic efficiency of procurement of agricultural
products and raw materials consumer cooperatives Tsentrosoyuz system
organizations of the Russian Federation**

Voskoboinikov Ya.M., associate Professor,
ANO PSB CA «Russian University of cooperation», Mytisch, Russia

Annotation. This article discusses the issues of socio-economic efficiency of procurement of agricultural products and raw materials in organizations of consumer cooperatives, factors shaping the socio-economic benefits of this activity, methodical

approaches to the assessment of the socio-economic efficiency of procurement of agricultural products and experience in this area the best potrebojuzov of Russia.

Keywords: consumer cooperation, purchases of agricultural products and raw materials, indicators of financial and socio-economic efficiency of procurement activities.

Концепция развития потребительской кооперации на 2017-2021 годы, серьезное место уделяет вопросам развития заготовительно-перерабатывающей деятельности, которая является наиболее социально-значимой отраслью потребительской кооперации, мощным резервом ее развития, той отраслью, где теснее всего смыкаются интересы пайщиков и кооперативной организации.

На основе развития закупок сельскохозяйственной продукции решается ряд важных социально-экономических задач:

- обеспечение сельским товаропроизводителям, крестьянским, фермерским хозяйствам гарантированного сбыта продукции, создание условий для развития их ресурсного потенциала путем формирования современной производственной инфраструктуры, расширения спектра услуг;

- создание новых рабочих мест, повышение занятости сельского населения, прежде всего, в сфере переработки сельскохозяйственной продукции, производственных услуг;

- обеспечение роста денежных доходов сельского населения;

- обеспечение сырьем перерабатывающих мощностей кооперативных предприятий промышленности и общественного питания, расширение на этой основе объемов производства и продажи продовольствия через кооперативную торговую сеть;

- укрепление экономических позиций потребительской кооперации в регионах.

В развитии закупок сельскохозяйственной продукции в последние годы заметные успехи чередуются с неудачами. Расширяется, обновляется материально-техническая база, позволяющая осуществлять закупки, хранение,

переработку продукции, обеспечиваются приросты объемов деятельности. Такое положение дел характерно в тех регионах, где республиканские, краевые, областные органы законодательной и исполнительной власти понимают роль и значение потребительской кооперации и помогают в решении ее проблем. В этих потребсоюзах освоение товарных ресурсов продукции крестьянских (фермерских) хозяйств значительно выше средних показателей по системе Центросоюза РФ.

Закупки – рентабельный вид деятельности. Это доказано опытом передовых кооперативных организаций. Достижение финансово-экономической эффективности закупок сельскохозяйственной продукции достаточно сложная задача. Хорошо известны проблемы, зачастую препятствующие наращиванию объемов закупок и формированию нормальных финансовых результатов: трудности сбыта продукции, высокие издержки при закупке у мелких товаропроизводителей, достаточно сильная конкуренция. Вместе с тем существуют механизмы, использование которых позволяет обеспечить повышение финансово-экономической и социальной эффективности этого вида деятельности.

Оценка хозяйственных операций с позиций рентабельности является необходимым элементом обоснования управленческих решений в настоящее время. Однако в области закупок возможны неоднозначные ситуации. Например, закупки малых объемов продукции с сельских подворий сопряжены с высокими издержками. Значит ли это, что следует отказаться от этих операций в связи с их низкой финансовой эффективностью? Нет. Примером может служить развитие закупок продукции у населения через сеть кооперативных магазинов, передвижных заготовительных пунктов, что позволяет создать условия для решения социальных задач. Но главная задача состоит в том, чтобы превратить сельские подворья в стабильный, экономически выгодный источник продукции, повысить их товарность, обеспечить концентрацию закупаемой продукции в крупных заготовительно-сбытовых центрах.

Освоение ресурсов товарной продукции в крестьянских хозяйствах кооперативными организациями в среднем по системе Центросоюза не превышает 2,0% - 3,0%. Продукция сельских товаропроизводителей либо реализуется через частных предпринимателей и рынки, либо вообще не находит сбыта. Анализ ситуации в успешных потребительских союзах позволяет сделать вывод, что необходимо концентрировать закупаемую продукцию в одном месте, в крупном самостоятельном предприятии, которое в состоянии организовывать ее долгосрочное хранение, сбыт крупными партиями как внутри региона, так и за его пределы. Таким предприятием может стать центр закупок и сбыта, создаваемый на производственных площадях бывших районных заготконтор.

Важным фактором формирования социально-экономических результатов является ценовая политика. Во-первых, цены закупки и реализации прямо влияют на формирование финансового результата; во-вторых, закупочные цены формируют доходы товаропроизводителей (крестьян, фермеров, сельскохозяйственных предприятий), что имеет стимулирующее и социально-экономическое значение; в-третьих, цены закупок и реализации формируют конкурентную позицию кооперативных организаций. Анализ цен с этих позиций позволяет повысить обоснованность многих управленческих решений и обеспечить достижение стратегических целей – существенного увеличения объемов закупок сельскохозяйственной продукции на основе развития производства в крестьянских, фермерских хозяйствах.

Главное условие формирования высоких финансовых результатов и повышения показателей социально-экономической эффективности – это обеспечение высоких, устойчивых темпов роста объемов деятельности. При этом темпы роста объемов деятельности должны опережать темпы роста ресурсного потенциала и затрат. Организации потребительской кооперации могут наращивать объемы закупок только при условии, когда найдены пути реализации продукции в свежем или переработанном виде. На практике должен

быть реализован принцип рыночного хозяйства «Производить то, что можно продать».

Увеличение объемов закупок сельскохозяйственной продукции позволит существенно повысить социально–экономическую эффективность этого вида деятельности потребительской кооперации.

В настоящее время нами разработаны методические подходы к оценке социально-экономической эффективности закупок сельскохозяйственной продукции. Наряду с широкораспространенным на практике показателем охвата закупками товарных ресурсов продукции крестьянских, фермерских хозяйств на практике могут быть использованы следующие оценочные показатели:

1. Доля закупок сельскохозяйственной продукции в крестьянских, фермерских хозяйствах в общем объеме закупок отдельных видов продукции организациями потребительской кооперации. В разных регионах этот показатель может принимать различные значения, так как структура закупок формируется под влиянием изменений структуры производства по категориям хозяйств. Однако он может измениться, например, снизиться в связи с ориентацией потребительской кооперацией на закупки более крупными партиями у сельскохозяйственных предприятий. Анализ изменений этого показателя необходимо сопровождать взаимосвязанным изучением финансово-экономических и социальных аспектов деятельности потребительских обществ, в частности, оценкой реализации таких важных задач, как создание условий для развития ресурсного потенциала крестьянских хозяйств, обеспечение гарантий сбыта всей товарной продукции. Особенно это касается взаимоотношений с пайщиками. В связи с этим необходимо ввести в практику еще один показатель – доля продукции, закупленной потребительскими обществами у пайщиков в общем объеме закупок.

2. Доля продукции, закупленной потребительскими обществами у пайщиков в общем объеме закупок сельскохозяйственной продукции. Этот показатель может увеличиваться под влиянием увеличения числа крестьян,

фермеров, вступающих в члены потребительских обществ. В настоящее время, как показывают исследования, основной мотив вступления населения в потребительские общества – экономический интерес. Этот интерес может принимать разные формы. Для граждан, занимающихся производством сельскохозяйственной продукции, экономический интерес состоит в том, чтобы выгодно продать продукцию, получить помощь в ведении хозяйства на льготных условиях, по сравнению с теми, кто не является пайщиком. Например, в Смоленском облпотребсоюзе есть опыт привлечения крестьян к сотрудничеству через предоставление скидок при покупке товаров в кооперативной розничной торговой сети. Сдатчики сельскохозяйственных продуктов и сырья, являющиеся пайщиками потребительских обществ, имеют право приобретать товары хозяйственного назначения со скидкой 10% на сумму сданной продукции, корма со скидкой 5%. Освоение ресурсов товарной продукции в хозяйствах пайщиков потребительских обществ должно быть основной задачей, так как потребительское общество создается пайщиками и работает для пайщиков, обеспечивая удовлетворение их потребностей.

3. Доля сельскохозяйственной продукции, закупленной в крестьянских и фермерских хозяйствах на основе договоров, в общем объеме закупок в этой категории хозяйств. Этот показатель позволяет оценить организацию работы по проведению закупок. Переход от разовых сделок к договорным отношениям поднимает работу с крестьянскими, фермерскими хозяйствами на новый уровень, позволяет планировать поступление продукции на заготовительные пункты, склады по объемам и срокам, более точно рассчитывать загрузку производственных мощностей, потребность в транспортных средствах, необходимых материальных ресурсах. Опыт показывает, что увеличение объемов закупок, стимулирование развития производства сельскохозяйственной продукции в крестьянских хозяйствах во многом связан с развитием договорных отношений. Например, откорм скота и птицы по договорам с потребительскими обществами является экономически выгодной операцией и для крестьян, и для кооперативных организаций. При этом

решаются и социальные задачи: повышается занятость сельского населения, улучшаются условия труда и быта, так как крестьянские хозяйства по договорам обеспечиваются транспортом, необходимым инвентарем, кормами, ветеринарным обслуживанием, а также по заявкам услугами по забою скота, переработке мяса для нужд сельских жителей (копчение, производство колбасных изделий и др.). Такая работа уже на протяжении более 10 лет успешно ведется в Удмуртском респотребсоюзе, где с населением, имеющим личные подсобные хозяйства, заключаются десятки тысяч договоров на сдачу сельскохозяйственной продукции организациям потребительской кооперации. За закупленную продукцию ежегодно населению выплачиваются денежные средства. Это равносильно тому, что организациями потребкооперации предоставлена работа прямо на подворьях более чем 12 тысячам жителей села.

Подобная практика имеет место и в Калужском облпотребсоюзе, где в 2017 году организациями потребительской кооперации заключено 1500 договоров-соглашений на закупку сельхозпродукции в хозяйствах населения и в крестьянских (фермерских) хозяйствах области. Продажа комбикормов и зернофуража для личных подсобных хозяйств в 2017 году составила 2970 тонн.

В 2017 году организациями потребительской кооперации в хозяйствах населения и крестьянских (фермерских) хозяйствах области закуплено 2322,2 тонн мяса, 1219,9 тонн молока, 1820,4 тонн картофеля, 1412,6 тонн овощей, 635,6 тонн плодов, 6,55 тонн меда, 4724,5 тыс. шт. яиц, 1,9 тонны грибов.

Сельскому населению за сданную сельскохозяйственную продукцию и сырье в 2017 году организациями потребительской кооперации выплачено 335 млн. руб., что равносильно созданию более 1500 рабочих мест. Помимо этого, чисто социального аспекта заготовительная деятельность помогает увеличивать ассортимент в кооперативных магазинах и дает толчок к развитию кооперативной переработки.

4. Выплаты за сельскохозяйственную продукцию, проданную потребительским обществам в расчете на одно крестьянское хозяйство (на одну

семью). Этот показатель может быть рассчитан на основе годовых объемов заготовительного оборота и числа лиц, реализовавших продукцию потребительскому обществу (обычно один сдатчик, один договор представляет семейное хозяйство). Этот показатель характеризует доход, полученный производителем от реализации сельскохозяйственной продукции потребительскому обществу. В настоящее время это очень важный показатель, отражающий роль потребительской кооперации в формировании доходов населения, в борьбе с бедностью. Часто наряду с пенсиями и пособиями доход от продажи сельскохозяйственной продукции для крестьянских семей – главный источник средств к существованию.

С целью повышения роли потребительской кооперации в формировании денежных доходов населения необходимо создавать условия, при которых крестьянам было бы выгодно продавать продукцию потребительской кооперации, а не частным предпринимателям или сбывать ее по другим каналам.

Это, как уже отмечалось, связано с расширением круга услуг, льгот, возможностей приобретать товары со скидками. Например заготовители Пермского облпотребсоюза уже несколько лет заинтересовывают пайщика сдавать излишки сельскохозяйственной продукции потребительской кооперации, а не перекупщикам, льготными ценами на мебель, бытовую технику.

Потребительские общества заинтересованы в том, чтобы выплаченные населению денежные средства вернулись в виде выручки от реализации товаров кооперативными магазинами, в виде оплаты услуг и выполненных для сельского населения работ. Таким образом, взаимосвязь видов деятельности в потребительской кооперации (розничная торговля, закупки сельскохозяйственной продукции, ее переработка, производственные и бытовые услуги) приносит дополнительный эффект, как экономический, так и социальный, способствует повышению уровня жизни сельского населения.

Анализ показал, что в настоящее время выплаты за сельскохозяйственную продукцию, проданную потребительской кооперации пока еще не составляют в бюджетах сельских семей заметной величины. Причина известна – малые объемы заготовок. Решить эту проблему может государственная поддержка потребительской кооперации. Примером реализации этого тезиса может служить опыт Калужских кооператоров, которые считают, что закупки могут возрасти в несколько раз, если преодолеть ряд проблем при помощи государства. Для обеспечения максимальной закупки товарной продукции, производимой личными подсобными хозяйствами населения области, необходимо развивать производственную инфраструктуру по первичной, глубокой переработке и хранению того, что заготовили и произвели. В соответствии с Программой развития потребительской кооперации области, разработанной совместно с правительством области, в 2017 году объем заготовительного оборота составил 872,3 млн. руб., что на 29 % меньше планового показателя, но почти в 5 раз превышает аналогичный показатель 2006 года.

Невыполнение планового показателя обусловлено ежегодным сокращением объемов производства сельскохозяйственной продукции в хозяйствах населения области. За 3 года в ЛПХ области объемы производства молока сократились на 28%, мяса на 15%, яиц на 2%.

Повышение социальной эффективности закупок сельскохозяйственной продукции может быть достигнуто только на основе взаимосвязанного комплекса экономических, организационных, технических мероприятий, совершенствования управления.

Социальное значение закупок сельскохозяйственной продукции и сырья в современных условиях заключается в том, что развитие этой отрасли деятельности потребительской кооперации позволяет реально бороться с бедностью, создавать новые рабочие места, повышать занятость селян, увеличивать доходы обслуживаемого населения, содействовать развитию личных подсобных хозяйств населения, производить товары из закупленной

сельскохозяйственной продукции и реализовывать их в магазинах потребительской кооперации, что в свою очередь позволяет снижать розничные цены, расширять ассортимент реализуемых в магазинах товаров, повышать роль потребительской кооперации в обеспечении продовольственной безопасности страны.

В порядке разработки методических подходов к оценке социально-экономической эффективности закупок сельскохозяйственной продукции и сырья можно предложить следующие оценочные показатели:

1. Отношение объема закупок к величине товарных ресурсов или к общему объему производства того или иного вида продукции в хозяйствах населения ($У_{т.р.}$):

$$У_{т.р.} = \frac{O_3}{O_{т.р.}} \times 100$$

где O_3 – объем закупок сельскохозяйственной продукции и сырья;

$O_{т.р.}$ – объем товарных ресурсов;

Данный показатель характеризует охват закупками ресурсов сельскохозяйственной продукции и сырья.

2. Отношение объема сельскохозяйственной продукции и сырья, сданного владельцами подворий ($У_{с.п.}$):

$$У_{с.п.} = \frac{O_{с.п.}}{O_3} \times 100$$

где $O_{с.п.}$ – объем сельскохозяйственной продукции и сырья, сданного владельцами подворий;

O_3 – объем закупок.

Данный показатель характеризует долю, занимаемую закупками продукции подворий (личных подсобных хозяйств) в общем объеме закупок.

3. Отношение объема сельскохозяйственной продукции и сырья, сданного пайщиками ($У_{с.п.п.}$):

$$У_{с.п.п.} = \frac{O_{с.п.п.}}{O_3} \times 100$$

где $O_{\text{с.п.п.}}$ – объем сельскохозяйственной продукции и сырья, сданного пайщиками;

O_3 – объем закупок.

Данный показатель характеризует с одной стороны охват закупками продукции, предлагаемой пайщиками потребительского общества, а с другой – степень участия пайщиков в хозяйственной деятельности кооператива.

4. Отношение объема закупок сельскохозяйственной продукции и сырья к розничному товарообороту ($У_3$):

$$У_3 = \frac{O_3}{TO} \times 100$$

где O_3 – объем закупок;

TO – розничный товарооборот

Данный показатель позволяет оценить, какой удельный вес в розничном товарообороте занимают закупки сельскохозяйственной продукции и сырья.

5. Отношение объема сельскохозяйственной продукции и сырья, дикорастущих, сданных сельскими жителями (пайщиками, учащимися школ) по предварительно заключенным договорам к общему объему закупок ($У_д$):

$$У_д = \frac{O_{3.д.}}{O_3} \times 100$$

где $O_{3.д.}$ – объем сельскохозяйственной продукции, сырья, сданного сельскими жителями по предварительно заключенным договорам;

O_3 – объем закупок;

Данный показатель позволяет оценить работу, проводимую по установлению долгосрочных договорных отношений в области закупок с личными подсобными хозяйствами, пайщиками, школьниками, фермерами с одной стороны и потребительскими обществами с другой.

6. Отношение суммы выплат за сданную сельскохозяйственную продукцию, сырье к общей сумме доходов семьи ($У_{д.з.}$):

$$У_{д.з.} = \frac{\Sigma B}{\Sigma Дп} \times 100$$

где $\Sigma В$ – сумма выплат населения (пайщикам) за сданную сельскохозяйственную продукцию, сырье, дикорастущие и т.п.;

$\Sigma Д_{п}$ – сумма денежных доходов сдатчиков, включая членов их семей.

Данный показатель характеризует, какую долю в доходах семьи занимают выплаты, получаемые от потребительского общества за участие в закупках сельскохозяйственной продукции и сырья.

7. Отношение суммы реализации товаров (услуг) пайщикам к сумме денежных доходов, полученных ими за данную сельскохозяйственную и др. продукцию ($O_{д}$):

$$O_{д} = \frac{\Sigma T_{п}}{\Sigma Д_{п}} \times 100$$

где $\Sigma T_{п}$ – объем реализации товаров (услуг) пайщикам;

$\Sigma Д_{п}$ – сумма денежных доходов пайщиков за сданную сельскохозяйственную продукцию.

Этот показатель позволяет оценить хозяйственную деятельность кооператива с точки зрения ее привлекательности для пайщиков и некооперированного сельского населения и роль кооператива в решении социальной проблемы улучшения обеспечения сельских жителей жизненно необходимыми ресурсами.

8. Отношение суммы реализации товаров и услуг в счет будущих выплат в соответствии с договорами на производство и закупку сельскохозяйственной продукции к сумме товарооборота ($У_{о.д.}$):

$$У_{о.д.} = \frac{\Sigma T_{о.д.}}{\Sigma T} \times 100$$

где $\Sigma T_{о.д.}$ – сумма реализации товаров (услуг) в счет будущих выплат по договорам на производство и закупку сельскохозяйственной и др. продукции;

ΣT – сумма розничного товарооборота.

9. Отношение суммы выплат, полученных пайщиками и сельскими жителями за сданную сельскохозяйственную продукцию, сырье и т.п. к их количеству (раздельно):

$$C = \frac{\Sigma B}{N_3} \times 100$$

где С – сумма выплат на 1 сдатчика;

ΣB – сумма выплат;

N_3 – количество сдатчиков.

10. Отношение суммы выплат, полученных владельцами личных подсобных хозяйств к их количеству:

$$C_{\text{л.п.х.}} = \frac{\Sigma B_{\text{л.п.х.}}}{N_{\text{л.п.х.}}} \times 100$$

где $C_{\text{л.п.х.}}$ – сумма выплат на 1 личное подсобное хозяйство;

$\Sigma B_{\text{л.п.х.}}$ – сумма выплат владельцам ЛПХ;

$N_{\text{л.п.х.}}$ – количество личных подсобных хозяйств.

Показатели № 8, 9, 10 так же позволяют оценить социальную эффективность закупок сельскохозяйственной продукции и сырья.

В качестве сводного показателя социального эффекта закупок сельскохозяйственной продукции и сырья, дикорастущих, на наш взгляд, целесообразно рассчитывать сумму доходов населения, получаемую от потребительской кооперации. В ней должны найти отражение заработная плата, выплаты социального характера, кооперативные выплаты, суммы скидок и льгот для населения. Анализ динамики предлагаемых показателей оценки социальной эффективности закупок сельскохозяйственной продукции и сырья позволит оценить состояние и тенденцию в реализации этого направления деятельности кооперативных организаций и предприятий.

Библиографический список

1. Закон РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» от 19.06.1992 № 3085-1 (ред. от 02.07.2013)

2. Концепция развития системы потребительской кооперации на 2017-2021 годы. – Утверждена Постановлением Совета Центросоюза Российской Федерации от 14.09.2016 г.

3. Бусыгин А.Е. Потребительская кооперация как система в инфраструктуре развития села. – Российское село и кооперация: сегодня и завтра: Материалы международной научно-практической конференции 1 марта 2017 г. – Ярославль-Москва: Издательство «Канцлер», 2017.

4. Петриков А.В. Сельскохозяйственная кооперация как институт сельского развития: препятствия и стимулы. – Российское село и кооперация: сегодня и завтра: Материалы международной научно-практической конференции 1 марта 2017 г. – Ярославль-Москва: Издательство «Канцлер», 2017.

5. Ткач А.В., Балалова Е.И. Потребительская кооперация Центросоюза Российской Федерации в продовольственном обеспечении страны. – Российское село и кооперация: сегодня и завтра: Материалы международной научно-практической конференции 1 марта 2017 г. – Ярославль-Москва: Издательство «Канцлер», –2017.

6. Воскобойников Я.М. Развитие закупок сельскохозяйственной продукции и сырья в потребительской кооперации. – Российский экономический интернет журнал, – № 1, – 2016.

7. Воскобойников Я.М. Вопросы финансовой оценки эффективности заготовительной деятельности потребительской кооперации. – Кооперативная наука и образование на службе общества и государства: проблемы международного взаимодействия. Материалы Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов Российского университета кооперации. – Ярославль-Москва: Издательство «Канцлер», – 2012, с. 139-141.

8. Воскобойников Я.М. Показатели финансово-экономической оценки социальной эффективности закупок в системе потребительской кооперации. – Взаимодействие общества и государства в период модернизации России. Материалы Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов вузов России и

зарубежных стран по итогам научно-исследовательской работы в 2010 г. – М.:
Российский университет кооперации, – 2011, с. 70-73.

Reference

1. The RF law «On consumer cooperation (consumer societies, their unions) in the Russian Federation» dated 19.06.1992 № 3085-1 (as amended on 02.07.2013)

2. The concept of development of the system of consumer cooperation for 2017-2021. – Approved by the Council of the Centrosoyuz Of the Russian Federation of 14.09.2016.

3. Busygin A.E. Consumer cooperation as a system in the infrastructure of rural development. – Russian village and cooperation: today and tomorrow: Proceedings of the international scientific and practical conference March 1, 2017- Yaroslavl – Moscow: publishing house «Chancellor», 2017.

4. Petrikov A.V. Agricultural cooperation as an Institute of rural development: obstacles and incentives. – Russian village and cooperation: today and tomorrow: Proceedings of the international scientific and practical conference March 1, 2017- Yaroslavl – Moscow: publishing house «Chancellor», 2017.

5. Tkach, A.V., Bilalova E. I. Consumer cooperation of the centrosojuz of the Russian Federation in the food supply of the country. – Russian village and cooperation: today and tomorrow: Proceedings of the international scientific and practical conference March 1, 2017 – Yaroslavl-Moscow: publishing house «Chancellor», – 2017.

6. Voskoboynikov Ya.M. Development of agricultural products and raw materials procurement in consumer cooperation. – Russian economic Internet magazine, – № 1, Voskoboynikov I. M. 2016.

7. Voskoboynikov Ya.M. Financial evaluation of efficiency of procurement activities of consumer cooperative societies. – Cooperative science and education in the service of society and the state: problems of international cooperation. Materials of The international scientific conference of the faculty, staff and graduate students of

The Russian University of cooperation. – Yaroslavl-Moscow: «Chancellor» publishing House, – 2012, p. 139-141.

8. Voskoboinikov Ya.M. Indicators of financial and economic evaluation of social efficiency of purchases in the system of consumer cooperation. – Interaction between society and the state in the period of modernization of Russia. Materials of the International Scientific Conference of the Faculty, Staff and Post-Graduate Students of Universities of Russia and Foreign Countries on the Results of Scientific Research Work in 2010 – Moscow: Russian University of Cooperation, – 2011, p. 70-73.