

7. Семикин Д. В. Некоторые аспекты повышения конкурентоспособности региона посредством реализации инновационной модели развития // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2012. № 4 (21). С. 147–152.
8. Братута О. А. Инновационный потенциал как основа конкурентоспособности российской промышленности // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 1 (22). С. 165–169.
9. Комарова М. А. О критериях конкурентоспособности региона // Пути и механизмы обеспечения конкурентоспособности российских регионов: сб. науч. тр. Саратов: Поволжская академия государственной службы им. П. А. Столыпина, 2007. 292 с.
10. Прахов Б. Г., Зенкин Н. М. Изобретательство и патентование. К.: Техника, 1981. 208 с.
11. Гринберг Р. С., Татаркин А. И. Оценка социально-экономических последствий присоединения России к ВТО. М.: Экономика, 2007. 534 с.

REFERENCES

1. Lapusta M. G., Starostin Yu. L. Small business: textbook. 2-d edition. M.: INFRA-M, 2002. 555 p.
2. Shulyatyeva N. A. Small business in the market conditions // Money and credit. 2008. # 9. P. 22–27.
3. Fomina S. I., Korobov S. A. New economic conditions for the development of small and medium enterprises in the conditions of Russia's joining the world trade organization // Philosophy of social communications. 2012. # 3 (20). P. 130–139.
4. Korobov S. A., Fomina S. I. The formation of the vector of the state support of the entities of small and medium enterprises (on the example of Volgograd region) // Journal of Volgograd State University. Series 3. Economics. Ecology. 2011. # 1 (18). P. 31–39.
5. Fomina S. I. Development of the system of support and development of the youth entrepreneurship of Volgograd region // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2012. # 2 (19). P. 108–112.
6. Moseiko V. O., Korobov S. A. Development of the regulatory-methodical provision of the effective functioning of the network of innovation infrastructure in the region // News of Volgograd State Technical University. 2006. # 10 (25). P. 230–240.
7. Semikin D. V. Some aspects of improving competitiveness of the region through the implementation of innovative models of development // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2012. # 4 (21). P. 147–152.
8. Bratuta O. A. Innovation potential as the basis of competitiveness of the Russian industry // Business. Education. Law. Bulletin of Volgograd Business Institute. 2013. # 1 (22). P. 165–169.
9. Komarova M. A. On the criteria of the region competitiveness // The ways and mechanisms of ensuring competitiveness of the Russian regions: collection of the scientific articles. Saratov: Povolzhskaya Academy of the State Service named after P. A. Stolypin, 2007. 292 p.
10. Prakhov B. G., Zenkin N. M. Invention and patents. K.: Technika, 1981. 208 p.
11. Grinberg R. S., Tatarikin A. I. Assessment of socio-economic consequences of Russia's joining the WTO. M.: Economics, 2007. 534 p.

УДК 334.735:330.8
ББК 65.422.8:65.208

Lysenko Irina Albertovna,
candidate of economics, associate professor,
deputy director in charge for scientific
and methodical work of Volgograd College
of Management and New Technologies,
Volgograd,
e-mail: Lisenko777@mail.ru

Лысенко Ирина Альбертовна,
канд. экон. наук, доцент,
зам. директора по научно-методической работе
Волгоградского колледжа
управления и новых технологий,
г. Волгоград,
e-mail: Lisenko777@mail.ru

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ

DIVERSIFICATION OF ECONOMIC ACTIVITY OF THE CONSUMER COOPERATION DURING THE GREAT PATRIOTIC WAR

В статье автор рассматривает вопросы реструктуризации экономической деятельности потребительской кооперации на военные рельсы. При этом обращает на себя внимание диверсификация деятельности кооперативной системы, ее работа как хозяйственно-социальной системы, исследуются особенности развития отраслей потребительской кооперации, изучаются новые направления, формы и методы работы, получившие развитие в годы Великой Отечественной войны. Последовательно рассмотрены изменения по основным отраслям деятельности потребительской кооперации, особое внимание уделено появлению новых видов, форм и методов, ранее нехарактерных для

потребительской кооперации, востребованных изменившимися соответственно военным условиям целями и задачами, стоящими перед кооперативной системой.

In the article, the author examines the issues of restructuring of the economic activity of the consumer cooperation for the military purposes. The attention is attracted to the diversification of the activities of the cooperation system, its work as the economic-social system, peculiarities of development of the consumer cooperation branches are examined; new directions, forms and methods of work developed during the Great Patriotic war are studied. The changes in the main sectors of activity of the consumer cooperation are consequently investigated;

the special attention is paid to the emergence of new types and methods that were not previously typical for consumer cooperation, but required by the goals and objectives of the system of cooperation that were changed in accordance with the conditions of war.

Ключевые слова: потребительская кооперация, потребительское общество, диверсификация, социально-экономическая деятельность, перестройка экономики страны, рыночные фонды товаров, дополнительные ресурсы, отрасли хозяйственной деятельности, промкооперация, общественное питание, розничная торговля, сельскохозяйственное производство.

Keywords: consumer cooperation, consumer society, diversification, socio-economic activities, restructuring of the country economics, market funds of goods, additional resources, economic branches, industrial cooperation, public catering, retail, agricultural production.

В годы Великой Отечественной войны система потребительской кооперации представляла собой одну из составляющих народнохозяйственного комплекса страны, на которую была возложена важнейшая задача – организация жизнеобеспечения эвакуированных в сельскую местность жителей, социально незащищенных категорий населения – контингент детских домов, инвалидов и др. В начале войны немецкая армия оккупировала территорию, на которой производилось 33% всей промышленной продукции и было расположено 47% посевных площадей [1]. В военные годы вся экономическая жизнь страны была подчинена интересам обороны.

Совет Народных Комиссаров СССР и ЦК ВКП(б) приняли директивы, в которых разработан план мероприятий по перестройке экономики страны применительно к условиям военного времени. 30 июня 1941 года был создан Государственный Комитет Обороны (ГКО) [2], в руках которого фактически сосредоточилась вся полнота власти в государстве. Хозяйственная деятельность в стране велась в соответствии с Директивой СНК СССР и ЦК ВКП(б) партийным и советским организациям прифронтовых областей «О мобилизации всех сил и средств на разгром фашистских захватчиков» [Там же].

Был утвержден мобилизационный народнохозяйственный план, основным направлением которого являлась перестройка экономики страны на военный лад [Там же]. В его основу был положен принцип максимальной централизации военного, политического и хозяйственного руководства. Председатель Госплана СССР Н. А. Вознесенский указывал, что основными направлениями были: усиление централизации и четкий контроль в распоряжении государственными товарными ресурсами; значительное сокращение централизованного рыночного фонда товаров, большинство из которых были направлены на снабжение армии. В то же время наблюдалось увеличение вне рыночного фонда. Вводилось нормированное снабжение населения товарами. Особое внимание необходимо было уделить изысканию дополнительных ресурсов, преимущественно в пределах регионов. Изменился и состав трудовых ресурсов, происходила регулярная замена кадров, уходящих в армию, привлекались к труду женщины, организовывалось краткосрочное повышение квалификации.

В связи с сокращением рыночных фондов продовольственных и промышленных товаров в военных условиях произошло сокращение объема товарооборота как государственной, так и кооперативной торговли.

Потребительская кооперация, крупнейшая организация, объединяющая в своих рядах миллионы членов-пайщиков и обслуживающая большую часть сельского населения страны, в начале войны взяла на себя функции по созданию системы жизнеобеспечения населения. Для этого необходимо было не только сохранить традиционные для кооперации отрасли хозяйственной деятельности, но и развивать новые, ранее не получившие распространения в системе, но соответствующие особым условиям военного времени. Таким образом, деятельность потребительской кооперации в годы Великой Отечественной войны характеризовалась такими направлениями, как:

- торговля;
- производство продуктов питания и товаров широкого потребления;
- заготовка и переработка продукции;
- общественное питание;
- транспортное обслуживание;
- капитальное строительство;
- сельскохозяйственное производство;
- бытовые услуги.

До Великой Отечественной войны не все отрасли хозяйственной деятельности потребкооперации развивались равномерно, хотя некоторые направления диверсификации были намечены в постановлениях 1935, 1939 и 1941 годов. Потребительская кооперация занималась в предвоенные годы оптовой и розничной торговлей, общественным питанием. Начали развиваться подсобное хозяйство и переработка сельхозпродукции. Было и свое небольшое транспортное хозяйство.

Организационная сеть потребительской кооперации в 1941–1942 годах представляла собой совокупность потребительских обществ, объединенных в союзные формы на районном, областном (краевом, республиканском) уровнях, соответственно объединенных в Центральный союз потребительских обществ СССР и РСФСР (Центросоюз). По СССР на 1 января 1942 года работало 63 областных, краевых, республиканских союзов потребительских обществ. По РСФСР – 36 обл(край)потребсоюзов [3]. Численность пайщиков по всей системе Центросоюза СССР составляла 23388,6 тысячи человек. По стране (СССР) работало 1856 районных союзов, в том числе рыболовецких, 12693 сельских и совхозных кооперативов, 50 городских потребительских обществ (горпо), 311 районных (райпо), 1779 районных заготовительных контор. За 1942 год число потребительских обществ уменьшилось более чем на 500.

В предвоенные и военные годы потребительская кооперация обслуживала сельскую местность, на которую приходилось около 70% кооперативного товарооборота, в военных условиях продолжалось обслуживание сельских жителей, в связи с эвакуацией жителей прифронтовых областей численность сельского населения возросла.

В начале войны Центросоюзом были четко определены задачи для структурных подразделений Центросоюза. Центрплодоовощ должен был организовать сбор, сушку и переработку дикорастущего лекарственного сырья. Центросырье занималось заготовкой шерсти, кож. Центроутиль – организацией сбора черных и цветных металлов.

В военных условиях в составе Центросоюза было создано управление производственных предприятий и хлебопечения, что значительно повлияло на развитие производства товаров широкого потребления в системе потребительской кооперации. В составе управления работали отделы чайных и столовых, хлебопечения. Был также создан отдел

производственных предприятий, перед которым была поставлена задача «развернуть собственные производственные базы, производственные предприятия» [4].

На основании исследованных архивных источников можно сделать вывод, что основные задачи, поставленные перед системой потребительской кооперации в условиях военного времени, определили и направления перестройки системы в начале войны. Они заключались в следующем.

Изменения в традиционной для потребительской кооперации розничной торговле касались организации продажи товаров народного потребления частным производителям и колхозникам при встречной покупке продукции сельхозпроизводства.

Оптовая торговля тоже претерпела изменения в направлении развития сети собственных торговых баз. Формирование ассортимента осуществлялось в значительной степени за счет продукции предприятий местной промышленности и промысловой кооперации.

Изменилась и заготовительная деятельность потребительской кооперации, которая значительно расширилась: организованы поставки на фронт, обслуживание контингента социально незащищенных категорий сельского населения.

В годы войны стала развиваться деятельность по организации малого кооперативного производства: изготовление товаров широкого потребления (ширпотреба), переработка сельскохозяйственной продукции. При этом использовались традиционные методы и новые формы работы.

Расширилось направление по сбору и переработке утильного сырья – лома черных и цветных металлов, макулатуры.

Значительно увеличилась сеть предприятий общественного питания и объемы реализуемой продукции: в столовых питались члены – пайщики потребительских обществ, а также предоставлялась продукция детским домам, домам инвалидов. Широко пользовались предприятиями общепита колхозники, особенно в период весеннего сева, осенней уборочной страды, развитие получили и полевые кухни.

В годы войны произошло изменение форм транспортного обслуживания – использовались любые транспортные средства (водный транспорт, гужевой). Осуществлялся перевод автопарка на твердые виды топлива – происходила модернизация транспортных средств в связи с недостатком топлива, необходимого на фронте.

Удивительно, но в сложных условиях военного времени шло развитие собственного подсобного хозяйства, что в некоторой степени способствовало увеличению количества продовольственных товаров.

Изменила формы и система кооперативного образования – были укорочены программы профессионального обучения, расширена подготовка кадров массовых профессий и др.

Рассмотрим более подробно перестройку хозяйственно-общественной деятельности потребительской кооперации.

В годы войны численность населения резко сократилась. Соответственно уменьшилось число членов-пайщиков и количество потребительских обществ, произошла унификация организационной структуры потребительских обществ, численность штатов определялась объемами товарооборота. Характеристики трудовых ресурсов [5] претерпели существенное изменение в связи с тем, что численность трудоспособного населения сократилась.

Потребительская кооперация осуществляла распределение нормированных товаров. По сельским потребительским

обществам было определено, что в головном сельпо района отпуск этих товаров не должен был превышать 15–20% к сумме получаемых райпотребсоюзом в течение квартала товаров [6]. В феврале 1943 года определен порядок продажи через розничную торговую сеть потребительской кооперации по разовым талонам в соответствии со списками, утверждаемыми сельскими советами. Детским лечебным учреждениям и столовым закрытого типа продовольственные товары отпускались по заборным книжкам по установленным нормам, при этом использовались разовые талоны. Количество талонов, выдаваемых определенному контингенту населения, определялось райторготделами при участии райпотребсоюзов исходя из получаемых товарных фондов. Срок действия этих разовых талонов составлял 10 дней [Там же].

На большинство промышленных товаров (обувь, трикотажные изделия, головные уборы, спички, керосин, табак, мыло) и другие категории товаров были установлены предельные нормы, которые нужно было учитывать при определении отпуска товаров на разовый талон.

При планировании отпуска продовольственных товаров учитывались следующие категории населения:

- 1) контингент детских и лечебных учреждений;
- 2) учителя, врачи, агрономы, зоотехники, работающие в госбюджетных организациях;
- 3) руководящие работники районных партийных и других организаций;
- 4) инвалиды Великой Отечественной войны, которые должны были снабжаться, если они не связаны с сельским хозяйством, по нормам рабочих промышленности;
- 5) эвакуированное население;
- 6) столовые закрытого типа при предприятиях и учреждениях;
- 7) семьи военнослужащих.

Снабжение рыбаков и охотников, работавших по договорам с организациями потребительской кооперации, было поставлено в зависимость от количества и качества сданной ими продукции.

Обеспечение распределения нормированных товаров явилось одним из основных направлений деятельности потребительской кооперации и не соответствовало основными принципам кооперативной деятельности – нацеленности на удовлетворение нужд членов – пайщиков потребительских обществ. Однако в это время четко проявилась социальная направленность потребительской кооперации, развивалась ее общественная деятельность, расширялся контингент обслуживаемого населения. Кроме того, для системы потребительской кооперации, нацеленной на максимальное удовлетворение нужд потребителей, военное время дало стимул к изменению форм и видов деятельности.

Одним из основных направлений увеличения ассортимента товаров продовольственной и промышленной групп явилась организация заготовительной деятельности. До войны это направление начинало работать в системе потребительской кооперации, однако в военных условиях стало объективной необходимостью. «Мы должны торговать, и заготавливать, и производить. Не ради производства, а ради удовлетворения потребностей данного района, данной области. Население нуждается, его потребности надо удовлетворить», – говорил на заседаниях правления Центросоюза председатель Н. П. Сидоров [4].

В годы войны расширился ассортимент закупаемой у населения продукции, основными направлениями заготовительной деятельности являлись организация закупки пшеница, яиц, овощей и других продуктов питания.

Среди непродовольственных товаров стала производиться заготовка древесины (за 1942 год по СССР 737153 куб. м, по РСФСР – 699920 куб. м, то есть 95% заготовок древесины приходилось на РСФСР). В связи с объединением с промысловой кооперацией увеличилась заготовка рыбы. В 1942 году рыболовецкая секция выловила 105711 ц рыбы при плане 56000 ц и перевыполнила план (188,7%). Потребсоюзы работали медленнее, план выполнен на 50,7%, выловлен 69981 ц рыбы при плане 137900 ц [3].

Планы заготовительной деятельности зачастую не могли быть выполнены. Это было связано с нарушением транспортных связей и отсутствием оборудования для переработки и хранения продукции. В протоколах заседания Президиума Центросоюза в 1942 году указывалось на необходимость «организовать хранение в специальных и приспособленных хранилищах сырья, завозимого на сушпредприятия <...> Немедленно принять меры к изготовлению на месте всего количества бочкотары, необходимого для выполнения установленных планов переработки овощей» [7].

Тесным образом с торговой и заготовительной отраслями кооперативной деятельности связана организация переработки сельскохозяйственной продукции и изготовление сопутствующих изделий.

Деятельность потребительской кооперации в плане заготовок регламентировалась рядом документов, основным являлось принятое в самом начале войны Постановление Центросоюза СССР и РСФСР № 138 от 30 июня 1941 года «О плане переработки и поставок картофеля и овощей, сухих плодов шиповника и ягод черной смородины» [8], а также постановлениями местных союзных организаций потребительской кооперации.

Необходимость организации работы по переработке овощной продукции, преимущественно заготовленной путем товарообмена с сельскохозяйственными предприятиями, была определена в начале войны как одно из важнейших направлений по организации поставок для фронта. «Насчет переработки сухих овощей – развивать надо это дело». «Если мы хотим помочь фронту, мы должны выполнить три задачи: сухие овощи, сухари и квашение капусты» [4], говорилось в выступлениях председателя Президиума Центросоюза Н. П. Сидорова в 1941 году. «Сухие овощи будут рассматриваться как боеприпасы, будут даваться месячными нарядами. Выполнение нарядов на сушке будет рассматриваться как изготовление снарядов» [Там же]. Это направление необходимо было развивать в кооперативной системе, Верховный Главнокомандующий И. В. Сталин справедливо заявил о необходимости организации снабжения армии как одном из стратегических направлений Победы.

Для организации переработки овощей использовались все возможные средства. Так, например, для квашения капусты стали использоваться цементные ямы, «приготовленные для известкования» [9], для хранения заготовленных овощей использовались природные водоемы.

В системе потребительской кооперации стали создаваться мелкие предприятия по организации переработки сельскохозяйственной продукции. При этом особое внимание уделялось различным новым формам и методам работы, предлагалось использовать имеющийся опыт передовых предприятий. Предлагалось организовать производство суррогатов кофе, сахарина, белка, расширять организацию добычи соли. Далеко не все эти направления деятельности получили развитие в потребительской кооперации, однако стимул к развитию новых форм работы проявился четко.

Перестройка отраслей деятельности потребительской кооперации коснулась и таких направлений, как организация производства товаров широкого потребления, в том числе из местного сырья и отходов производства. Выпускались необходимые сельскому населению изделия, открывались новые небольшие предприятия. В основных направлениях производства товаров широкого потребления отмечалась важность организации варки мыла, создания мелких мастерских кустарного типа (галантерейных, культтоваров) [4]. Для расширения деятельности кооперативных предприятий предлагалось сделать так называемые производственные ячейки, задачей которых была бы организация собственного производства. Начинали с несложных предметов, изготавливали расчески, гребни, другие галантерейные товары, сырье для которых было в достаточном количестве.

В постановлении, датированном октябром 1942 года, Президиум Центросоюза в очередной раз указал на необходимость скорейшего развития собственного производства и наметил конкретные меры. Приведем выдержку из документа. «Президиум ЦС постановляет:

1. Считать важнейшей задачей всех потребсоюзов всемерное усиление торговли за счет товаров местного производства, уделив особое внимание созданию собственных простейших производств пищевых и непродовольственных товаров на базе местного сырья – чаекофеинапитки, крахмал, патока, морс, суш. фрукты, вино, соки, стройматериалы, валяноойлочные изделия, бондарные изделия, мебель.

2. Утвердить план выработки изделий ширпотреба производственными предприятиями потребительской кооперации на 1942 год по основным видам изделий в сумме 340 млн руб.

3. Считать указанный план минимальным заданием, требующим расширения на основе полного использования местных ресурсов» [10].

В военных условиях стали развиваться разные направления производственной деятельности. Обращает на себя внимание, что даже в условиях начального этапа Великой Отечественной войны производственные предприятия стали выпускать более разнообразную продукцию, по некоторым направлениям увеличилось и число предприятий. До войны основной ассортимент продукции составляли выработка хлеба, квашение капусты, соленье огурцов, томатов, варка повидла, сушка овощей, изготовление фруктово-газированных вод, кваса, морса, браги, кондитерских изделий, колбасных изделий и добыча каменного угля. Ассортимент был невелик. В начале войны кооперативная система стала производить чае-кофейные напитки, гончарную посуду, пенько-джутовые товары, обувь, мыло, соль, обозо-щепные товары, ложкарные изделия. Значительно возросло производство сухофруктов и заготовка с последующей переработкой дикорастущих плодов и ягод. Так, в отчетах Центросоюза приводятся данные о количестве производственных предприятий по всей системе (без хлебопечения) на 1 января 1940 года – 5323, на 1 января 1944 года – 14380 предприятий.

Основным направлением производственной деятельности в годы войны продолжало оставаться хлебопечение. Распространение эта деятельность получила еще в довоенные годы. В военные годы произошло изменение форм работы, порядка доставки продукции, изменился также состав выпускаемых изделий, ассортимент. В 1942 году число предприятий кооперативного хлебопечения сократилось более чем в два раза. Осталось 44% от общего числа хлебопекарен довоенного времени. Качество хлеба ухудшилось.

Значительно сократилось производство хлеба из муки высшего сорта – до 42%, баранок и булок – до 11,4% от довоенного уровня производства. В то же время возросло производство хлеба из муки смешанной валки – 330%.

Необходимо было изыскивать новые возможности по организации производства хлеба для обеспечения нужд фронта и тыла. Ввиду разрушения действующих хлебопекарен стало широко применяться хлебопечение в крестьянских печах членов – пайщиков потребительских обществ.

Существенную роль в использовании местных продовольственных ресурсов в годы войны сыграло развитие подсобных хозяйств. В потребительской кооперации развитие в военные годы получила организация небольших хозяйств при сельпо, рабочих кооперативах, райпотребсоюзах, учебных заведениях. Обработка земли, уход за посевами, сбор урожая осуществлялись здесь, как правило, силами работников кооперативных организаций и предприятий или обучающихся и преподавателей. Собственные посеы системы потребительской кооперации в 1941 году составили 22300 га. Для страны это немного, необходимо было расширять посевные площади, что и происходило в годы войны.

В условиях нарушения транспортных связей потребительской кооперации необходимо было самой организовать доставку продукции к перерабатывающим предприятиям, предприятиям общественного питания населения. В то же время не хватало автотранспорта, а также гужевого. Среди проблем с автотранспортом также можно выделить нехватку горючего, в связи с чем предлагалось имеющийся автопарк переоборудовать на использование альтернативных

видов топлива. Изготавливались газогенераторные установки упрощенной конструкции [7, л. 1].

Таким образом, можно сделать выводы, что целевая сущность потребительской кооперации на мобилизационном этапе Великой Отечественной войны определялась перестройкой страны на военный лад, обеспечением нужд военного времени. Потребительская кооперация в военные годы была основной системой, обслуживавшей сельское население, а также эвакуированных из прифронтовых районов жителей. На систему потребкооперации возлагались задачи по обеспечению социально незащищенных категорий населения – контингента детских домов, домов инвалидов и др. Подчиненная задачам обслуживания не только своих пайщиков, но и более широкого контингента населения, огромная кооперативная система вынуждена была изыскивать дополнительные ресурсы при их значительном сокращении в условиях военного времени. В военные годы наблюдается диверсификация деятельности потребительской кооперации. Расширяется номенклатура выпускаемой продукции, появляются новые, нетрадиционные для кооперативной системы отрасли деятельности. Потребительская кооперация проявляет себя как система, способная к быстрой адаптации в условиях кризисной военной экономики. В то же время все отрасли взаимосвязаны, централизация планирования позволяла при условии возможности инициирования новых форм и методов работы на местном уровне выявить сложные проблемные участки и направить имеющиеся ресурсы для реализации поставленных задач.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Кистанов Я. А. Потребительская кооперация СССР. М., 1951. 420 с.
2. Коммунистическая партия Советского Союза в резолюциях и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК. 8-е изд., доп. и испр. М., 1954. Т. 6.
3. Потребительская кооперация за 1942 год. Годовой статистический отчет. М., 1943. 77 с.
4. Российский государственный архив экономики. Ф. 484. Оп. 1. Д. 4075.
5. Цыганков В. А. Экономическая природа и теоретические основы возникновения категории «эффективность труда» // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 4 (25). С. 70–75.
6. Алютин Ф. А. Очерки развития советской потребительской кооперации. М., 1952. 103 с.
7. Российский государственный архив экономики. Ф. 484. Оп. 1. Д. 4149.
8. Российский государственный архив экономики. Ф. 484. Оп. 1. Д. 4095.
9. Государственный архив Волгоградской области. Ф.4179. Оп.4. Д. 11. Л. 27
10. Российский государственный архив экономики. Ф. 484. Оп. 1. Д. 4137.
11. Вознесенский Н. А. Военная экономика СССР в период Великой Отечественной войны. М., 1947. 192 с.
12. Дорджиева О. Б. Создание системы сельскохозяйственной кооперации как механизм легализации скрытой экономики в аграрном секторе // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2013. № 4 (25). С. 127–130.
13. История социалистической экономики СССР: в 7 т. Т. 5. Советская экономика накануне и в период Великой Отечественной войны, 1938–1945. М., 1976.
14. Лысенко И. А. Потребительская кооперация в годы Великой Отечественной войны. Сталинград. Волгоград, 2007. 196 с.
15. Лысенко И. А. Ретровведения как направление инновационной деятельности в системе потребительской кооперации // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. 2012. № 3 (20). С. 105–109.
16. Любимов А. В. Торговля и снабжение в годы Великой Отечественной войны. М., 1968. 231 с.
17. Народное хозяйство СССР в Великой Отечественной войне: стат. сб. М., 1990. 235 с.
18. Решения партии и правительства по хозяйственным вопросам. Т. 3. М., 1968. 751 с.
19. Советская торговля за 30 лет. М., 1947. 164 с.
20. Harrison. M. Soviet Planning in Peace and War. Oxford, 1985.
21. Российский государственный архив экономики. Ф. 484. Оп. 1. Д. 4151.
22. Российский государственный архив экономики. Ф. 484. Оп. 1. Д. 4179.
23. Российский государственный архив экономики. Ф. 484. Оп. 1. Д. 4188.
24. Российский государственный архив экономики. Ф. 484. Оп. 1. Д. 7075.

REFERENCES

1. Kistanov Ya. A. Consumer cooperation of the USSR. M., 1951. 420 p.