

Финансовый учет и аудит

УДК 657

САПОЖНИКОВА Наталья Глебовна¹

¹ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»,
Университетская площадь, 1, Воронеж, 394018, Россия.
<https://orcid.org/0000-0003-2563-6198>

¹Сапожникова Наталья Глебовна, доктор экономических наук,
профессор, зав. кафедрой бухгалтерского учета, Воронеж, Россия.
E-mail: sapozh@yandex.ru

**ПРИЗНАНИЕ И ОЦЕНКА РАСХОДОВ НА ПРОДАЖУ
В КОРПОРАТИВНОМ УЧЕТЕ И ОТЧЕТНОСТИ**

Аннотация

Предмет. Признание расходов на продажу в качестве объектов учета и элементов отчетности предполагает наличие надежной оценки и выполнение ряда условий. Формируя полную себестоимость продаж, расходы на продажу позволяют определить финансовый результат деятельности корпорации, осуществить анализ себестоимости, прибыли, оценку различных видов рентабельности.

Тема. Актуальность темы обусловлена необходимостью обеспечения менеджмента корпорации информацией для принятия экономических решений.

Цель. Формирование, систематизация и обобщение информации о расходах на продажу корпораций, обеспечение единства показателей внутренней и внешней корпоративной отчетности.

Методология. В процессе исследования предложены методы распределения и списания расходов для расчета полной себестоимости продаж.

Выводы. Раскрытие информации о расходах на продажу в отчетности корпораций предполагает единство показателей внутренней и внешней отчетности, обеспечивающее надежность, сопоставимость и подконтрольность расходов.

Ключевые слова. Расходы на продажу, транспортные расходы, тара и упаковочные материалы, реклама, представительские расходы, комиссионные услуги, полная себестоимость продаж, транзакционные издержки.

Natalia G. Sapozhnikova, Doctor of Economics, Professor, Head of the
Department of Accounting, FGBOU V VGU, Voronezh.
E-mail: sapozh@yandex.ru

**RECOGNITION AND ESTIMATION OF SALES EXPENSES IN
CORPORATE ACCOUNTING AND REPORTING**

Abstract

Subject/Topic Recognition of sales costs as accounting objects and elements of reporting requires a reliable assessment and fulfillment of a number of conditions. Forming the total cost of sales, the indicator of sales expenses allows

to determine the financial result of the corporation's activity, to make analysis of costs, profit, assessment of various types of profitability.

Subject/Topic The relevance of the topic is connected with the need to provide corporate management with information for making economic decisions.

Goals/Objectives Collection, systematization and synthesis of information on the sales costs of corporations, ensuring the compliance of indicators of internal and external corporate reporting.

Methodology In the process of research were offered the methods of expenses allocation and writing-off for the calculation of the full cost of sales.

Conclusion and Relevance Disclosure of information on sales costs in corporate reporting requires the compliance of internal and external reporting indicators, ensuring reliability, comparability and control of expenses.

Keywords *Sales expenses, transportation costs, package and packaging materials, advertising, representative expenses, commission services, full cost of sales, transaction costs.*

JEL classification: M41, M41

Введение. Расходы на продажу, дополняющие расходы на производство продукции, работ, услуг, формируют полную себестоимость проданной продукции, сданных работ, оказанных услуг и воздействуют на финансовые результаты деятельности корпорации. Условия признания расходов предполагают уменьшение экономических выгод в результате выбытия денежных средств, иных активов, возникновения обязательств. Дополняя производственную себестоимость продаж, расходы на продажу формируют полную себестоимость, позволяющую определить финансовый результат деятельности корпорации отчетного периода.

Методика исследования. Проведение исследования предполагает использование способов систематизации, обобщения и раскрытия в отчетности информации о расходах на продажу.

Основная часть. Корпорации, осуществляющие производственную деятельность, в состав данных расходов включают: упаковку продукции на складе; доставку продукции на станцию (пристань отправления); погрузку в транспортные средства; комиссионные сборы, уплачиваемые посредническим корпорациям; на рекламу; на представительские расходы; другие аналогичные по содержанию расходы. Расходы на упаковку включают фактическую стоимость материалов, тары, использованных при упаковке на складе готовой продукции. Если операции по упаковке продукции осуществляются в цехах основного или вспомогательного производства, указанные расходы включают в производственную себестоимость продукции. Информация о материалах и таре, используемые для упаковки продукции на складе систематизируется на одноименных субсчетах, открываемых в развитие счета 10 «Материалы» в оценке, утвержденной распорядительным документом по учетной политике. Фактическая себестоимость материалов включает стоимость приобретения по договорным ценам, транспортно – заготовительные расходы, а также расходы, связанные с подготовкой к использованию в предполагаемых в

корпорации целях. При оценке материалов и тары в учетных ценах, учетной политикой корпорации предусматривается использование счетов 15 «Заготовление и приобретение материалов» и 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей». В дебет счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» относится покупная стоимость материалов, по которым в корпорации поступили расчетные документы поставщиков. В кредит счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» в корреспонденции со счетом 10 «Материалы» относится стоимость, в учетных ценах, фактически поступивших в корпорацию и оприходованных материалов и тары. Сумма разницы в стоимости приобретенных материалов и тары рассчитанной по фактической себестоимости приобретения (заготовления), и учетным ценам списывается со счета 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей» на счет 16 «Отклонение в стоимости материальных ценностей».

Транспортные расходы включают: оплату услуг сторонних корпораций и подразделений вспомогательного производства за перевозку; расходы по погрузке продукции в транспортные средства и выгрузке из них; плату за временное хранение грузов на станциях, пристанях в портах; плату за обслуживание подъездных путей и иные аналогичные расходы.

В расходы по хранению включаются: плата за временное хранение продукции на складах сторонних корпораций; расходы по содержанию собственных складов готовой продукции. Если на складе находится продукция, выпущенная корпорацией, все расходы на содержание склада включаются в расходы на продажу. При хранении на складе готовой продукции, материалов, иных активов расходы на его содержание распределяются пропорционально объему, весу или стоимости хранящихся активов, согласно решению, закрепленному в учетной политике.

Размер комиссионного вознаграждения, а также порядок его оплаты определяются в договоре комиссии, заключенном между комитентом и комиссионером. При исполнении поручения комиссионер обязан представить отчет, на дату утверждения которого, комитент признает комиссионные расходы в составе расходов на продажу. Комиссионер может совершать и другие сделки, связанные с продажей комиссионной продукции, например страхование, хранение, охрану, возмещение которых предусматривается договором комиссии, а расходы включаются комитентом в состав расходов на продажу.

Расходы на рекламу включают: разработку и издание рекламных изделий, изготовление эскизов, этикеток, образцов фирменных пакетов, упаковки; оплату рекламных услуг средств массовой информации; содержание световой и иной наружной рекламы; приобретение, копирование, изготовление, дублирование и демонстрацию рекламных фильмов; изготовление стендов, муляжей, рекламных щитов, указателей; оформление витрин, выставок-продаж, комнат – образцов,

демонстрационных залов; участие в выставках, ярмарках, уценка товаров, полностью или частично потерявших свои первоначальные качества при экспонировании и др. Для принятия в качестве расходов на рекламу в средствах массовой информации необходима копия свидетельства о регистрации в качестве средств массовой информации контрагента, размещающего рекламу. При публикации в печатном издании, не работающем на рекламе, необходимо указать «Реклама» или «На правах рекламы». Если рекламное издание, в частности рекламный щит, имеет стоимость свыше 100 000 руб. и предназначен для использования свыше 12 месяцев, он признается в качестве объекта основных средств и подлежит амортизации. Документами, подтверждающими осуществление расходов на рекламу, являются договор на размещение рекламы, акт о выполнении работ, платежные документы.

К представительским расходам относятся расходы на официальный прием и обслуживание представителей других корпораций, участвующих в переговорах в целях установления и поддержания взаимного сотрудничества, а также участников, прибывших на заседания совета директоров (правления) или иного руководящего органа организации, независимо от места проведения официального приема (завтрака, обеда или иного аналогичного мероприятия) для указанных лиц, а также официальных лиц организации, участвующих в переговорах, транспортное обеспечение доставки этих лиц к месту проведения представительского мероприятия или заседания руководящего органа и обратно, буфетное обслуживание во время переговоров, оплата услуг переводчиков, не состоящих в штате корпорации, по обеспечению перевода во время проведения представительских мероприятий. В бизнесе нередки случаи нарушения деловых соглашений, что предполагает формирование дополнительной информации о надежности контрагентов. Формальные и неформальные связи с деловыми партнерами играют все большую роль в бизнесе и позволяют договариваться об отсрочке платежа, снижении цен поставок, расчетах без аванса, других льготах и дополнительных услугах.

К представительским расходам не относятся расходы на организацию развлечений, отдыха, профилактики или лечения заболеваний. Проведение представительского мероприятия должны быть оформляется документами, установленных, а также разрабатываемых корпорацией форм:

приказ о проведении мероприятия указывающий дату и место проведения, цель мероприятия, наименовании контрагента, список лиц, ответственных за проведение, сотрудника, на которого возлагается контроль;

программа представительского мероприятия, прилагается к приказу и отражает основные этапы и даты официального приема (утверждается руководителем);

смета представительского мероприятия, раскрывающая расходы по статьям (утверждается руководителем),

отчет о проведении мероприятия, отражающий дату и место проведения, цель, наименование партнеров, участников мероприятия по фамилиям и должностям, результат мероприятия,

акт на списание представительских расходов, включающий сумму расходов, подписанный главным бухгалтером и руководителем корпорации.

Фактические осуществленные расходы подтверждаются чеками и иными документами.

Документами в области учета предусматривается списание расходов, учтенных на счете 44 «Расходы на продажу» дебет счетов 45 «Товары отгруженные» и 90 «Продажи» [1,2]. В корпорациях, осуществляющих производственную деятельность, расходы на тару и упаковку включаются в полную себестоимость отдельных видов продукции по прямому признаку на основе соответствующих первичных документов. Аналогично распределяются расходы, связанные с транспортировкой проданной продукции. Если прямое списание невозможно, расходы на тару и упаковку, а также остальные расходы на продажу распределяются между отдельными видами проданной продукции, исходя из ее веса, объема, производственной себестоимости или иных показателей, установленных распорядительным документом по учетной политике. Аналитический учет расходов на продажу должен вестись в разрезе установленных в учете статей затрат. Рекомендуемые бухгалтерские записи по учету расходов на продажу представлены в табл. 1.

Таблица 1 - Корреспонденция счетов по учету расходов на продажу

№ п/п	Содержание фактов хозяйственной жизни	Корреспонденция счетов	
		Дебет	Кредит
1.	Начислена амортизация основных средств, используемых в процессе продажи продукции	44	02
2.	Начислена амортизация нематериальных активов, используемых в процессе продажи продукции	44	05
3.	Отражаются материалы, использованные на операции, связанные с продажей продукции	44	10
4.	Списываются отклонения фактической себестоимости материалов от учетных цен – обычной или сторнировочной записью	44	16
5.	Включена в состав расходов на продажу стоимость услуг вспомогательного производства	44	23
6.	Включена в состав расходов на продажу стоимость услуг обслуживающих производств и хозяйств	44	29
7.	Списывается стоимость товаров, использованных в рекламных целях при продаже продукции (призы, сувениры и др.)	44	41

8.	Отражается стоимость продукции, использованной при осуществлении операций по продаже продукции (реклама и др.)	44	43
9.	Отражается снижение стоимости товаров, готовой продукции, полностью или частично утратившей первоначальные качества при экспонировании на выставках, ярмарках	44	41, 43
10.	Отражается задолженность за оказанные услуги и выполненные работы при продаже продукции	44	60, 76
11.	Отражаются отчисления на социальное страхование и обеспечение от сумм оплаты труда работников, занятых продажей продукции, товаров	44	69
12.	Отражается задолженность по оплате труда работникам, занятым продажей продукции	44	70
13.	Списывается часть расходов на продажу (упаковку, транспортировку), продукции, выручка от продажи которой, определенное время не может быть признана в бухгалтерском учете	45	44
14.	Списывается сумма расходов на продажу отчетного периода	90	44

Необходимо отметить, что методы оценки товаров отгруженных, рекомендованные Положением по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации [3] вызывают ряд вопросов. Данным документом предусматривается оценка в бухгалтерском балансе отгруженных товаров, сданных работ и оказанных услуг по которым не признана выручка по фактической (или нормативной, плановой) полной себестоимости, включающей наряду с производственной себестоимостью затраты, связанные с продажей продукции, работ, услуг, возмещаемых договорной (контрактной) ценой. Для оценки готовой продукции по фактической производственной себестоимости к счету 43 «Готовая продукция» предусмотрены субсчета 1-«Готовая продукция по учетным ценам» и 2-«Отклонения фактической себестоимости готовой продукции от учетной цены». Информация о фактической себестоимости продаж систематизируется в дебете счета 90 «Продажи» как совокупность проданной продукции в учетных ценах и отклонений, распределяемых пропорционально учетной стоимости.

Аналогичные субсчета целесообразно открыть к счету 45 «Товары отгруженные» для формирования фактической себестоимости продукции, по которой не признана выручка, а в дебете счета 90 «Продажи» открыть субсчет 3-«Отклонения фактической себестоимости продаж от учетной цены». В настоящее время, документами в области учета расчет фактической себестоимости товаров отгруженных, посредством использования названных субсчетов не предусматривается. Систематизация информации о полной фактической себестоимости товаров отгруженных предполагает распределение расходов на продажу между проданной продукцией и выручкой, не признанной в учете, которое целесообразно осуществлять пропорционально учетной цене, аналогично

распределению отклонений . Рекомендуемая схема записей приведена в табл.2

Таблица 2 – Рекомендуемая схема отражения информации о движении готовой продукции корпорации в отчетном периоде

№№ п/п	Содержание факта хозяйственной жизни	Сумма, руб.	Корреспонденция счетов	
			Дебет	Кредит
1.	Выпуск продукции за отчетный месяц:			
	учетная цена	970 000	43-1	20
	отклонения фактической себестоимости от учетной цены	80 000	43-2	20
2.	Продажа продукции в отчетном месяце			
	учетная цена	550 000	90 - 2	43-1
	отклонения фактической себестоимости от учетной цены	45 360	90 - 3	43-2
3.	Отгружено продукции (выручка не признана в учете)			
	учетная цена	420 000	45 – 1	43-1
	отклонения фактической себестоимости от учетной цены	34 640	45 - 2	43-2
4.	Расходы на продажу в отчетном периоде – всего,	48 500		
	в том числе:			
	списаны на счет 90 «Продажи»	27 500	90	44
	на счет 45 «Товары отгруженные»	21 000	45	44

Оценка готовой и отгруженной продукции по нормативной (плановой) производственной себестоимости обеспечивается посредством использования счета 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)» и списанием полной суммы отклонений на счет 90 «Продажи». Однако, данный вариант учета, может вызвать необходимость распределения учетных отклонений между проданной продукцией и выручка по которой не признана в учете, а применение счета 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)» не предусматривает корреспонденции со счетом, систематизирующим информацию об отгруженной продукции. Также вызывает вопросы формирование полной нормативной (плановой) себестоимости отгруженной продукции на счете 45 «Товары отгруженные», предполагающее наличие информации о нормативных (плановых) расходах на продажу. Нецелесообразность отнесения расходов на продажу на счет 45 «Товары отгруженные», как отмечалось нами ранее, связана с тем, что финансовый результат при любом варианте оценки товаров отгруженных

формируется на счете 90 «Продажи», где и следует отражать названные расходы частично или полностью [4].

Диверсификация деятельности корпораций, наращивание объемов выпускаемой продукции, выполняемых работ, оказываемых услуг, вызывают необходимость расширения взаимодействия контрагентов в целях стимулирования продаж, изменяет подходы к исследованию расходов. Наряду с производственными (трансформационными) издержками, в экономической деятельности корпораций возникают транзакционные издержки, сопровождающие взаимоотношения экономических субъектов. Основоположник понятия транзакционных издержек Р. Коуз, определял их в качестве «издержек пользования рыночным механизмом» [5]. Транзакционные издержки исследовались отечественными и зарубежными экономистами, характеризующими их содержание и состав, но единое определение издержек не разработано [6,7,8,9,10,11,12]. В практической деятельности корпораций, типология транзакционных издержек зависит от видов деятельности, рыночных сегментов, избранной деловой стратегии и других факторов. Действующий порядок отражения расходов корпораций в учете не позволяет систематизировать информацию, характеризующую состав, содержание и величину транзакционных издержек, так как они включаются в расходы по обычным видам деятельности, прочие расходы, капитализируются. Исследование состава расходов корпораций, свидетельствует о том, что транзакционные издержки, связанные с поиском потенциальных покупателей, оплатой услуг посредников, ведением переговоров, заключением договоров, иные аналогичные издержки, включаются в состав расходов на продажу.

В качестве регистра, систематизирующего информацию о расходах на продажу, корпорациям уместно использовать ведомость, раскрывающую статьи аналитического учета расходов и корреспондирующие счета. Форма и содержание регистра утверждаются распорядительным документом об учетной политике. В составе информации отчетности подлежит раскрытию порядок признания расходов на продажу, в отчете о финансовых результатах – их суммы, а в пояснениях – динамика изменения.

Заключение. Сопоставимость и достоверность показателей внешней отчетности обеспечивает их систематизация на основе форм внутренней корпоративной отчетности, используемой лицами, наделенными управленческими функциями и обеспечивающими контроль расходов (табл. 3).

Таблица 3 – Рекомендуемая форма ведомости «Расходы на продажу в отчетном периоде»

№.№ п/п	Статьи расходов	Отчетные периоды			Итого II квартал	
		апрель	май	июнь	т.р.	затраты

		т.р.	затраты на 1 руб. выручки				на 1 руб. выручки
1.	Упаковка продукции на складе	10 180	3,0				
2.	Транспортировка продукции	8 480	2,5				
3.	Транзакционные издержки, в том числе						
3.1	Комиссионные вознаграждения	1 700	0,5				
3.2	Реклама	3 400	1,0				
3.3	Представительские расходы	1 700	0,5				
4.	Прочие расходы	-	-				
5.	<i>Итого</i>	25 460	7,5				

Основные выводы.

1. Формирование надежной информации о расходах на продажу корпораций, необходимой для принятия экономических решений различными пользователями вызывает необходимость уточнения определения стоимости товаров отгруженных:

при оценке по фактической полной себестоимости в целях систематизации информации о текущей оценке и отклонениях, целесообразно к счету 45 «Товары отгруженные» открывать субсчета 45-1 «Товары, отгруженные по учетным ценам» и 2-«Отклонения фактической себестоимости товаров отгруженных от учетной цены»;

оценку товаров отгруженных по нормативной (плановой) полной себестоимости в текущем учете осуществить не предоставляется возможным, так как применение счета 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)» не предусматривает распределение отклонений между проданной продукцией и продукцией, выручка по которой не признана.

2. Расходы на продажу нецелесообразно относить на счет 45 «Товары отгруженные», так как финансовый результат при любом варианте оценки товаров отгруженных формируется на счете 90 «Продажи», где и следует отражать названные расходы частично или полностью.

3. Диверсификация производства, развитие рыночных сегментов вызывает необходимость систематизации информации о транзакционных издержках корпораций, посредством выделения в составе расходов на продажу соответствующей статьи.

4. Надежность показателей внешней отчетности корпорации обеспечивает их формирование на основе индикаторов внутренней отчетности, утверждаемой лицами, наделенными управленческими функциями.

5. Предложенный подход к обобщению информации и распределению расходов на продажу позволит оценить успешность и эффективность ведения корпорацией бизнеса.

Список источников

1. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкция по его применению : утв. Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 31 октября 2000г. № 94н // www.mifin.ru.

2. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99 : Утв. Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 6 мая 1999 г. № 33н // www.mifin.ru.

3. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации : утв. Приказом Министерства финансов Российской Федерации от 29 июля 1998 г. № 34н // www.mifin.ru.

4. Сапожникова Н.Г., Щипилова Н.Ю. Выбор метода оценки выпуска продукции, работ, услуг // ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия 2016, №6. С.27-31.

5. Коуз Р. Г. Фирма, рынок, право / Р. Г. Коуз; Пер. с англ. – М. : «Дело ЛТД», 1993.

6. Сапожникова Н.Г. Формирование систематизированной информации о транзакционных издержках корпораций // Экономический анализ: теория и практика – 2013. - №38 (341) - С. 49-58.

7. Лабынцев Н.Т. Парашенко А.Н. Транзакционные издержки и методика их учета // Учет и статистика – 2011. - №3. С. 5-9.

8. Герасимова Л.Н. Современные пути снижения транзакционных издержек промышленных организаций // Инновационное развитие экономики – 2014. - №1(18) - С. 103-105.

9. Поленова С.Н. Транзакционные издержки: вопросы группировки и бухгалтерского учета // Международный бухгалтерский учет – 2014. - №7 (301) - С. 2-13.

10. Радаев В.В. Российский бизнес: структура транзакционных издержек // Общественные науки и современность – 1999 - №6. С. 5-19.

11. Gilligan (2009) - *Gilligan M. J The Transactions Costs Approach to International Institutions. Power, Interdependence and Nonstate Actors in World politics* [Podkhod k stoimosti tranzaktsiy dlya mezhdunarodnykh organizatsiy] ed. by H. V. Milner, A. Moravcsik. Princeton: Princeton University Press [Prinston: Prinstonskiy universitet], pp. 50-65.

12. Marino (2010) - *Marino A., Matsusaka J. and Zabjonik J. Disobedience and Authority* [Nepovinovenie i avtoritet] *Journal if Law, Economics and Organization* [Zhurnal, esli zakon, ekonomika i organizatsiya], vol. 26, p. 42-59

References:

Chart of accounts of financial and economic activity of organizations and instructions for its use: Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation of October 31, 2000. No. 94n // www.mifin.ru.

Provision on accounting "Expenses of the organization" PBU 10/99: Approved by the Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation of May 6, 1999 No. 33n // www.mifin.ru.

Regulations on the accounting and financial statements in the Russian Federation: approved by the Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation of July 29, 1998 No. 34n // www.mifin.ru.

Sapozhnikova (2016) - *Sapozhnikova NG, Shchipilova N.Y.* Choice of the estimation method for the release of production, works, services [Vybor metoda otsenki vypuska produktsii, rabot, uslug] FES: the Finance. Economy. Strategy [FES: Finansy. Ekonomika. Strategiya] 2016, #6. p.27-31. [in Russian]

Coase (1993) - *Coase R. G.* Company, market, law [Firma, rynek, pravo] RG Kouz; Trans. with English. [R. G. Kouz; Per. s angl]- M.: "The Case of LTD", 1993. [in Russian]

Sapozhnikova (2013) – *Sapozhnikova N.G.* Formation of the systematized information on transaction costs of corporations [Formirovanie sistemizirovannoy informatsii o transaktsionnykh izderzhkakh korporatsiy] Economic analysis: theory and practice [Ekonomicheskiy analiz: teoriya i praktika] 2013. #38 (341) p. 49-58. [in Russian]

Labyntsev (2011) – *Labyntsev N.T. Parashchenko A.N.* Transaction costs and methods of their accounting [Transaktsionnye izderzhki i metodika ikh ucheta] Accounting and statistics [Uchet i statistika] 2011. #3. p. 5-9. [in Russian]

Gerasimova (2014) – *Gerasimova L.N.* Modern ways of reducing transaction costs of industrial organizations [Sovremennye puti snizheniya transaktsionnykh izderzhok promyshlennykh organizatsiy] Innovative economic development [Innovatsionnoe razvitiye ekonomiki.] 2014. # 1 (18). p. 103-105. [in Russian]

Polenova (2014) – *Polenova S.N.* Transaction costs: issues of allocation and accounting [Transaktsionnye izderzhki: voprosy gruppirovki i bukhgalterskogo ucheta] International Accounting [Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy ucheta] 2014. # 7 (301). p. 2-13. [in Russian]

Radaev (1999) – *Radaev V.V.* Russian business: the structure of transaction costs. [Rossiyskiy biznes: struktura transaktsi-onnykh izderzhok] Public Science and Modernity [Obshchestvennye nauki i sovremennost'] 1999 - # 6. p. 5-19. [in Russian]

Gilligan (2009) - *Gilligan M.J* The Transaction Costs Approach in International Institutions. Power, Interdependence and Nonstate Actors in World politics [Podkhod k stoimosti tranzaktsiy dlya mezhdunarodnykh organizatsiy] ed. by H. V. Milner, A. Moravcsik. Princeton: Princeton University Press [Prinston: Prinostonskiy universitet], pp. 50-65.

Marino (2010) - *Marino A., Matsusaka J. and Zabjonik J.* Disobedience and Authority [Nepovinoventie i avtoritet] Journal if Law, Economics and Organization [Zhurnal, esli zakon, ekonomika i organizatsiya], vol. 26, p. 42-59