

СОЦИАЛЬНАЯ ОТЧЕТНОСТЬ: НАЗНАЧЕНИЕ, ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ, СТРУКТУРА

Закирова А.Р., Клычова Г.С., Кириллова В.Э., Юсупова А.Р.

Реферат. В настоящее время в значительной степени возросло участие предприятий в мероприятиях, носящих социальный характер. В связи с этим большую актуальность приобретают вопросы отражения информации нефинансового характера, которая удовлетворяет общественные запросы по деятельности организации. Одним из эффективных инструментов, обеспечивающих целостное представление о социально-экономической деятельности предприятия, является социальная отчетность. В статье изучена и уточнена экономическая сущность понятия «социальная отчетность», рассмотрены основные принципы формирования социальной отчетности и ее структура. Социальная отчетность должна включать следующие разделы: стратегия деятельности организации; функциональная структура организации; виды деятельности, организационно-правовая форма, масштаб организации; структура управления; изменения в структуре, масштабах, форме собственности организации в отчетном периоде; бизнес-процессы; взаимодействие с заинтересованными сторонами; инновационное развитие организации; показатели деятельности в области взаимодействия с обществом. Для отражения показателей эффективности инновационной, природоохранной деятельности и показателей деятельности в области взаимодействия с обществом в статье предложены формы социальных отчетов. В них предлагается отражать такие показатели, как доля затрат, связанных с исследованиями и разработками технологий, приобретением инновационной продукции, внедрением/использованием результатов НИОКР, новых технологий, новой техники; расходы по оплате услуг природоохранного назначения; расходы, связанные с капитальным ремонтом основных средств природоохранного назначения; затраты по защите и реабилитации земель, подземных и поверхностных вод, затраты по сохранению биоразнообразия и охране природных территорий; затраты на социально-экономическое развитие региона; затраты на благотворительную помощь в сфере культуры, образования, спорта, здравоохранения. Предложенный формат социальной отчетности представляет собой эффективный инструмент, который повышает доверие, качество, надежность и прозрачность во взаимоотношениях с клиентами; способствует узнаваемости бренда и осуществлению инвестиций в окружающую среду, сообщество, человеческий капитал; повышает качество управления бизнесом, конкурентоспособность и качество производимой продукции; повышает эффективность управления персоналом, обеспечивает сохранность и экономию природных ресурсов.

Ключевые слова: социальная отчетность, социальная ответственность, стейкхолдеры, ключевые показатели эффективности, инновационная деятельность, природоохранная деятельность.

Введение. Меры, которые реализуются предприятиями в рамках корпоративной социальной ответственности, могут находить отражение в социальных программах и публиковаться в социальной отчетности. На основании этого могут выявляться преимущества от внедрения стратегии корпоративной социальной ответственности:

- систематизируется управление проектами и обеспечивается взаимосвязь реализуемых программ и стратегии организации;

- систематизируется взаимодействие со стейкхолдерами по рациональному использованию имеющихся ресурсов организации [1];

- поддерживается принятие управленческих решений на основании совершенствования системы внутренней нефинансовой отчетности;

- повышается информационная открытость предприятия, укрепляется ее репутация на международном и российском рынках;

- укрепляется доверие со стороны заинтересованных сторон, функционирующих в ре-

гионе;

- улучшается имидж предприятия.

Эффективность корпоративных социальных программ достигается за счет:

- четкого формулирования собственной корпоративной социальной стратегии, разработки и реализации программ социальной направленности совместно с органами государственной власти, независимыми консультантами;

- ориентации на достижение существенного социального результата на основании соблюдения деловых интересов организации;

- поддержки инноваций в сфере социальных технологий и реформ;

- использования современных механизмов управления – конкурсное распределение средств, доленое финансирование, внедрение мониторинга и оценки социально-экономических результатов.

Условия, материалы и методы исследований. Цель исследования заключается в обосновании теоретических положений и

разработке основных направлений формирования социальной отчетности предприятий. Теоретико-методологической основой исследования стали методы теоретического и эмпирического исследования: анализ и синтез, классификация, доказательство, системный подход, логический метод. Информационной базой исследования послужили законодательные и нормативно-правовые акты, научные работы зарубежных и отечественных специалистов в области формирования корпоративной социальной отчетности, материалы научно-практических конференций и научных журналов.

Анализ и обсуждение результатов исследования.

Разработку и внедрение стратегии развития бизнеса следует осуществлять по следующим этапам: анализируется инвестиционная привлекательность отрасли; разрабатывается сценарный прогноз развития отрасли; прогнозируются изменения спроса и предложения на внешних и внутренних рынках; анализируется конкурентная позиция предприятия в отрасли; оцениваются стратегические альтернативы; разрабатываются стратегические цели и задачи [2, 3].

Отдельного внимания заслуживают вопросы, которые связаны с оценкой и реализацией социальной ответственности.

Оценку корпоративной социальной ответственности следует осуществлять по следующим направлениям: результаты деятельности в области устойчивого развития; экономическая результативность; экологическая ответственность; социальная ответственность [4].

Одним из инструментов, способствующих повышению качества планирования, мониторинга и оценки социально-экономической деятельности организации, является социальный отчет. Социальный отчет – это добровольная форма отчетности, в которой раскрывается информация об основных аспектах и результатах социально-экономической деятельности организации, связанных со стратегией устойчивого развития бизнеса. В социальном отчете должны найти отражение достоверные и доступные для основных заинтересованных пользователей данные о социальной ответственности фирмы перед обществом [5, 6, 7]. Раскрывая в отчетности информацию о социальной ответственности и корпоративном управлении, компания привлекает инвесторов, так как на основе информации нефинансового характера можно снизить риски неэффективных финансовых вложений и обеспечить приток дополнительного финансирования запланированных мероприятий по развитию бизнеса [8, 9, 10]. Таким образом, нефинансовая информация позволяет акционерам и другим

заинтересованным сторонам получить объективное представление о текущем положении и перспективах развития бизнеса.

Вместе с тем, следует отметить, что большинство российских предприятий не в полной мере раскрывают нефинансовую информацию, в том числе и по вопросам корпоративного управления [11, 12]. Это прежде всего связано с определенными финансовыми затратами, необходимыми для ее составления.

Несмотря на это, в практике формирования социальных отчетов крупных российских корпораций наблюдается определенная тенденция по постепенному улучшению раскрытия нефинансовой информации в соответствии с международными стандартами ведения социальной отчетности [13, 14].

Выделяют две группы социальной отчетности: внешнюю и внутреннюю. Внешняя социальная отчетность отражает такие данные как расходы, связанные с социальной деятельностью; расходы по благоустройству территорий, принадлежащих предприятию; расходы по защите окружающей среды; расходы по созданию новых рабочих мест. Во внутренней социальной отчетности отражаются затраты, выделяемые на социальную поддержку работников предприятия и членов их семей; расходы по благоустройству рабочего места и быта сотрудников предприятия; расходы, связанные с выплатой дополнительных пенсий бывшим сотрудникам; суммы предоставляемых льготных займов работникам предприятия.

Основными принципами формирования корпоративной социальной отчетности являются:

1. Принцип содержательности означает, что в социальной отчетности должна отражаться информация, учитывающая мнения и интересы всех заинтересованных в социальных инициативах организации лиц.

2. Принцип сопоставимости подразумевает, что в социальной отчетности отражаются показатели, являющиеся базовыми при оценке и сравнении деятельности различных предприятий, изучении динамики развития социальной ответственности предприятия за определенные периоды времени и сопоставлении уровней социальной ответственности разных организаций.

3. Принцип регулярности заключается в периодическом пересмотре социальных проектов, осуществляемых предприятием.

4. Принцип последовательности способствует сопоставимости показателей социальной ответственности предприятия.

5. Принцип своевременности предполагает правильность выбора периода формирования социальной отчетности с целью осуществления оперативного контроля за деятельностью

организации.

6. Принцип конструктивности заключается в том, что формирование социальной отчетности не должно ограничиваться лишь отражением состояния социальной деятельности, но и должно способствовать выработке мер, которые направлены на закрепление позитивных достижений в деятельности организации.

7. Принцип существенности заключается в необходимости ранжирования событий, составляющих основу отчета с точки зрения их значимости как для организации, так и для заинтересованных сторон.

На наш взгляд социальная отчетность должна включать следующие разделы:

1. Стратегия деятельности организации.

Стратегическими приоритетами деятельности организаций аграрной сферы экономики являются: инновационное развитие и использование новых технологий с целью повышения эффективности производства; осуществление мероприятий по оптимизации структуры затрат на всех этапах производственной деятельности; соблюдение стандартов экологической безопасности; поддержание и развитие персонала; мероприятия по обеспечению безопасных условий труда; социальная ответственность бизнеса в регионах его присутствия (создание рабочих мест, уплата налогов в местные бюджеты, поддержка местных органов государственной власти в финансировании социальных программ); расширение базы надежных клиентов.

2. Функциональная структура организации.

3. Виды деятельности, организационно-правовая форма, масштаб организации.

4. Структура управления.

5. Изменения в структуре, масштабах, форме собственности организации в отчетном периоде.

6. Бизнес-процессы.

7. Взаимодействие с заинтересованными сторонами.

Чтобы определить основные группы заинтересованных сторон следует применять критерий существенности. Данный критерий позволяет оценить влияние, которое оказывает организация на заинтересованные стороны, а также их воздействие на устойчивость и результаты деятельности организации.

8. Инновационное развитие организации предполагает: повышение энергоэффективности; повышение экологичности производства; освоение новых технологий на производстве; создание и развитие исследовательской инфраструктуры; совершенствование управления инновационной деятельностью и бизнес-процессами.

Ключевые показатели эффективности инновационной деятельности следует отражать в отдельном социальном отчете (табл. 1)

9. Показатели природоохранной деятельности.

Сельскохозяйственное предприятие должно ежегодно финансировать природоохранные мероприятия, осуществляя, таким образом, вклад в устойчивое развитие и формирование необходимых условий для обеспечения экологического благополучия в будущем. Информацию о затратах на осуществление природоохранных мероприятий следует представить в социальном отчете (табл. 2).

При осуществлении производственной деятельности сельскохозяйственные организации должны стремиться к снижению техногенной нагрузки отходов на окружающую среду. Основными направлениями деятельности по снижению негативного воздействия на окружающую среду являются уменьшение объемов отходов вследствие их применения в хозяйственной деятельности и использования современных технологий по обеззараживанию

Таблица 1 – СО-1. Ключевые показатели эффективности инновационной деятельности

Показатель	Год	
	план	факт
Доля затрат, связанных с исследованиями и разработками технологий в общей сумме затрат, %	1,12	1,14
Доля затрат на приобретение инновационной продукции в общей сумме затрат, %	0,71	0,82
Доля затрат на внедрение/использование результатов НИОКР, новых технологий, новой техники, %	0,43	0,44
Доля затрат на энергию в структуре полной себестоимости продукции, %	11,3	12,6
Расход энергоресурсов на производство единицы сельскохозяйственной продукции ГДж/кг	0,210	0,216
Расход воды на производство единицы сельскохозяйственной продукции тыс. м ³ /кг	0,09	0,094
Удельный показатель выбросов парниковых газов в экв. СО ₂ передвижными и стационарными источниками на единицу продукции, тонн/ кг	0,001	0,0012
Экономический эффект от внедрения НИОКР, млн руб.	2,78	2,81
Доля инновационной продукции в общем объеме продаж, %	0,9	0,96

Таблица 2 – СО - 2 «Распределение расходов на охрану окружающей среды» (тыс. руб.)

Показатель	Год	
	план	факт
Текущие (эксплуатационные) затраты, том числе:	1128,3	1168,2
- затраты по охране атмосферы и предотвращению изменения климата	457,1	469,7
- затраты по сбору и очистке сточных вод	361,4	384,3
- затраты на утилизацию отходов	176,2	179,4
- затраты по защите и реабилитации земель, подземных и поверхностных вод	74,7	75,1
- затраты по сохранению биоразнообразия и охране природных территорий	58,9	59,7
Расходы по оплате услуг природоохранного назначения	34,8	36,2
Расходы, связанные с капитальным ремонтом основных средств природоохранного назначения	253,7	254,8
Инвестиции в основной капитал	1542,9	1601,3

Таблица 3 – СО - 3 «Показатели, характеризующие эффективность деятельности в области взаимодействия с обществом»

Показатель	Годы	
	2015	2016
Затраты на социально-экономическое развитие региона, тыс. руб.	2741,6	2802,3
Затраты на благотворительную помощь в сфере культуры, образования, спорта, здравоохранения.	3514,8	3567,2
Затраты на реализацию молодежной политики	1278,4	1305,8
Количество проверок состояния условий труда, соблюдения законодательства по охране труда, выполнения коллективных договоров и соглашений по охране труда	3	3

отходов.

10. Показатели деятельности в области взаимодействия с обществом.

Деятельность организации, связанная с взаимодействием с обществом основывается на поддержании и развитии местных сообществ, направлении социальных инвестиций на развитие регионов присутствия, оказании благотворительной и спонсорской помощи, взаимодействии с профсоюзами, реализацию молодежной политики (табл. 3).

Главное преимущество отчетности заключается в ее доступности всем заинтересованным пользователям. Социальная отчетность представляет собой эффективный инструмент, который улучшает имидж и репутацию, повышает доверие, качество, надежность и прозрачность во взаимоотношениях с клиентами; способствует узнаваемости бренда и осуществлению инвестиций в окружающую среду, сообщество, человеческий капитал; повышает качество управления бизнесом, конкурентоспособность и качество производимой продукции; за счет осуществления социально

значимых операций повышает привлекательность в глазах потребителей; повышает эффективность управления персоналом, благотворительной деятельности, мероприятий по охране окружающей среды; обеспечивает сохранность и экономия природных ресурсов.

Выводы. Таким образом, ведя социально-ответственный бизнес, предприятия становятся более значимыми для региона, повышается доверие к ним со стороны заинтересованных пользователей, увеличиваются объемы потребления. Это способствует дополнительно привлечению инвесторов, расширению финансово-производственной деятельности, повышению конкурентоспособности предприятия, внедрению инновационных технологий, которые в частности касаются защиты окружающей среды и производства качественной продукции, развитию конкуренции, снижению текучести кадров, повышению заинтересованности работников в эффективной деятельности компании.

Литература

1. Краснов Д.В. Формы и механизмы взаимодействия со стейкхолдерами в процессе подготовки нефинансовой отчетности российскими компаниями // Вестник Московского финансово-юридического университета. – 2016. – №4. – С. 93-101.
2. Klychova G.S., Ziganshin B.G., Zakirova A.R., Valieva G.R., Klychova A.S. Benchmarking as an efficient tool of social audit development // Journal of Engineering and Applied Sciences. – 2017. – Т. 12. № 19. – pp. 4958-4965.
3. Клычова Г.С., Клычова А.С., Закирова А.Р. Консалтинговые услуги: сущность, виды и основные направления использования // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2017. – Т. 12. № 2. – С. 109-115

4. Безручук С.Л., Лайчук С.М. Социальная ответственность бизнеса: отражение в отчетности // Международный бухгалтерский учет. – 2013. – № 27. – С 33-40.
5. Алборов Р.А., Концевая С.М., Козменкова С.В. Интегрированная отчетность в сельском хозяйстве: состав и проблемы внедрения // Международный бухгалтерский учет. – 2018. – Т. 21. № 4 (442). – С. 413-428.
6. Вахрушина М.А., Краснова М.В. Современные тенденции представления корпоративной социальной отчетности. // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – № 19. – С 23-27.
7. Киварина М.В. Корпоративная социальная ответственность // Экономический журнал. – 2011. – № 23. – С. 116-121
8. Клычова Г.С., Закирова А.Р., Юсупова А.Р., Камилова Э.Р. Формирование отчётности в области устойчивого развития с применением информационных технологий // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2018. –Т. 13. № 2 (49). – С. 161-167
9. Ковалева, Н. Н. Концептуальные подходы по формированию нефинансовой социальной отчетности // Вестник Брянского государственного университета. – 2011. – № 3. – С. 279-282.
10. Краснова М.В. Исследование сущности корпоративной социальной отчетности // Международный бухгалтерский учет. – 2011. – № 28. – С. 13-18.
11. Кучковская Н.В., Сухов А.А. Методологические аспекты корпоративной социальной отчетности. // Вестник Института комплексных исследований аридных территорий. – 2009. – № 1 (18). – С. 52-57
12. Тимофеева С.А. Оценка основных результатов формирования социальной отчетности в России // Международный бухгалтерский учет –2012. – № 12. –С. 36-45.
13. Paulus Wirutomo. Sociological Reconceptualization of Social Development: With Empirical Evidence from Surakarta City, Indonesia // Asian Social Science. – 2014. – Vol. 10, No. 11. – pp. 283-293.
14. Bakr Ali Al-Gamrh and Redhwan Ahmed AL-Dhamari. Firm Characteristics and Corporate Social Responsibility Disclosure // International Business Management. – 2016. – № 10. – pp. 4283-4291.

Сведения об авторах:

Клычова Гузалия Салиховна – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой бухгалтерского учета и аудита, e-mail: kgaukgs@mail.ru
 Закирова Алсу Рафкатовна – доктор экономических наук, профессор кафедры бухгалтерского учета и аудита, e-mail: zakirovaar@mail.ru
 ФГБОУ ВО «Казанский государственный аграрный университет», г. Казань, Россия.
 Кириллова Валерия Эдуардовна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры менеджмента и управления персоналом, e-mail: valeria216@yandex.ru
 АНО ВО «Академия социального образования», г. Казань, Россия.
 Юсупова Альфия Рафкатовна – кандидат экономических наук, доцент кафедры исламской экономики и управления, e-mail: zijatdinova@mail.ru
 ЧУВО «Российский исламский институт», г. Казань, Россия.

SOCIAL REPORTING: PURPOSE, BASIC FORMATION PRINCIPLES, STRUCTURE

Zakirova A.R., Klychova G.S., Kirillova V.E., Yusupova A.R.

Abstract. At present, the participation of enterprises in social events has increased significantly. In this connection, questions of the reflection of non-financial information, which satisfies public inquiries about the organization's activities, become more relevant. One of the effective tools, that provide a holistic view of the social and economic activity of the enterprise, is social reporting. The article studies and clarifies the economic essence of the concept of "social reporting", discusses the basic principles of the formation of social reporting and its structure. Social reporting should include the following sections: the strategy of the organization; functional structure of the organization; types of activities, legal form, size of organization; management structure; changes in the structure, scale, form of ownership of the organization in the reporting period; business processes; stakeholder engagement; innovative development of the organization; performance indicators in the field of interaction with society. To reflect the performance indicators of innovation, environmental protection activities and performance indicators in the field of interaction with society, the article proposed forms of social reports. They propose to reflect such indicators as the share of costs associated with research and development of technologies, the acquisition of innovative products, the introduction / use of R&D results, new technologies, new technology; expenses for environmental services; the costs associated with the overhaul of fixed assets for environmental protection; costs for the protection and rehabilitation of land, groundwater and surface water, the cost of biodiversity conservation and protection of natural areas; the cost of socio-economic development of the region; the cost of charitable assistance in the field of culture, education, sports, health. The proposed social reporting format is an effective tool that increases trust, quality, reliability, and transparency in customer relationships; promotes brand awareness and investment in the environment, community, human capital; improves the quality of business management, competitiveness and quality of products; increases the efficiency of personnel management, ensures the safety and economy of natural resources

Key words: social reporting, social responsibility, stakeholders, key performance indicators, innovative activities, environmental protection activities.

References

1. Krasnov D.V. Formy i mekhanizmy vzaimodeystviya so steykholderami v protsesse podgotovki nefinansovoy otchetnosti rossiyskimi kompaniyami. [Forms and mechanisms of interaction with stakeholders in the process of preparing non-financial reporting by Russian companies]. // *Vestnik Moskovskogo finansovo-yuridicheskogo universiteta. – The Herald of Moscow University of Finance and Law.* – 2016. – №4. – P. 93-101.
2. Klychova G.S., Ziganshin B.G., Zakirova A.R., Valieva G.R., Klychova A.S. Benchmarking as an efficient tool of social audit development // *Journal of Engineering and Applied Sciences.* – 2017. – Vol. 12. № 19. – P. 4958-4965.

3. Klychova G.S., Klychova A.S., Zakirova A.R. Consulting services: essence, types and main directions of use. [Konsaltingovye uslugi: suschnost, vidy i osnovnye napravleniya ispolzovaniya]. // *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. - The Herald of Kazan State Agrarian University* – 2017. – Vol. 12. №2. – P. 109-115
4. Bezruchuk S.L., Laychuk S.M. Social responsibility of business: reflected in reporting. [Sotsialnaya otvetstvennost biznesa: otrazhenie v otchetnosti]. // *Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchet. - International Accounting*. – 2013. – №27. – P. 33-40.
5. Alborov R.A., Kontsevaya S.M., Kozmenkova S.V. Integrated reporting in agriculture: the composition and implementation problems. [Integririvannaya otchetnost v selskom khozyaystve: sostav i problemy vnedreniya]. // *Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchet. - International Accounting*. – 2018. – Vol. 21. №4 (442). – P. 413-428.
6. Vakhrushina M.A., Krasnova M.V. Current trends in corporate social reporting. [Sovremennye tendentsii predstavleniya korporativnoy sotsialnoy otchetnosti]. // *Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchet. - International Accounting*. – 2012. – №19. – P. 23-27.
7. Kivarina M.V. Corporate social responsibility. [Korporativnaya sotsialnaya otvetstvennost]. // *Ekonomicheskiy zhurnal. - Economic Journal*. – 2011. – № 23. – P. 116-121
8. Klychova G.S., Zakirova A.R., Yusupova A.R., Kamilova E.R. Formation of reporting in the sustainable development sphere with the use of information technologies. [Formirovanie otchetnosti v oblasti ustoychivogo razvitiya s primeneniem informatsionnykh tekhnologiy]. // *Vestnik Kazanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. - The Herald of Kazan State Agrarian University*. – 2018. – Vol. 13. № 2 (49). – P. 161-167
9. Kovaleva N. N. Conceptual approaches to the formation of non-financial social reporting. [Kontseptualnye podkhody po formirovaniyu nefinansovoy sotsialnoy otchetnosti]. // *Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta. The Herald of Bryansk State University*. – 2011. – № 3. – P. 279-282.
10. Krasnova M.V. Study of the essence of corporate social reporting. [Issledovanie suschnosti korporativnoy sotsialnoy otchetnosti]. // *Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchet. - International Accounting*. – 2011. – №28. – P. 13-18.
11. Kuchkovskaya N.V., Sukhov A.A. Methodological aspects of corporate social reporting. [Metodologicheskie aspekty korporativnoy sotsialnoy otchetnosti]. // *Vestnik Instituta kompleksnykh issledovaniy aridnykh territoriy. – The Herald of the Institute of Integrated Studies of Arid Territories*. – 2009. – № 1 (18). – P. 52-57
12. Timofeeva S.A. Evaluation of the main results of the social reporting formation in Russia. [Otsenka osnovnykh rezultatov formirovaniya sotsialnoy otchetnosti v Rossii]. // *Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchet. - International Accounting* – 2012. – №12. – P. 36-45.
13. Paulus Wirutomo. Sociological Reconceptualization of Social Development: With Empirical Evidence from Surakarta City, Indonesia // *Asian Social Science*. – 2014. – Vol. 10, No. 11. – P. 283-293.
14. Bakr Ali Al-Gamrh and Redhwan Ahmed AL-Dhamari. Firm Characteristics and Corporate Social Responsibility Disclosure // *International Business Management*. – 2016. – № 10. – P. 4283-4291.

Authors:

Klychova Guzaliya Salikhovna – Doctor of Economics, Professor, Head of Accounting and Audit Department, e-mail: kgaukgs@mail.ru
 Zakirova Alsu Rafkatovna – Doctor of Economics, Professor of Accounting and Auditing Department, e-mail: zakirovaar@mail.ru
 Kazan State Agrarian University, Kazan, Russia.
 Kirillova Valeriya Eduardovna (Kazan, Russia) – Ph.D. of Pedagogical sciences, Associate Professor of Management and Personnel Management Department, e-mail: valeria216@yandex.ru
 Academy of Social Education, Kazan, Russia.
 Yusupova Alfiya Rafkatovna – Ph.D. of Economic Sciences, Associate Professor of Islamic Economics and Management Department, e-mail: zijatdinova@mail.ru
 Russian Islamic Institute, Kazan, Russia.