

Article

## ВЛИЯНИЕ ESG НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИИ

*Елена Завьялова\**  
*Татьяна Кротова\*\**  
*Анастасия Бунякова\*\*\**

DOI 10.24833/2073-8420-2023-2-67-62-70



***Введение.** Целью представленной статьи является проверка утверждения большинства зарубежных современных авторов о том, что внедрение принципов ESG в деятельность современных корпораций приводит к повышению конкурентоспособности. В основу анализа легли наиболее востребованные теории*

*конкурентоспособности в части, касающейся нематериальных факторов конкуренции. Для проверки гипотезы о существовании влияния ESG-принципов на конкурентоспособность авторами был проведен анализ корреляционной зависимости между ESG-рейтингом компании, согласно оценке S&P Global, и ее годовой выручкой; анализ проводился на базе данных по 87 компаниям-лидерам ESG-рейтинга из разных отраслей.*

***Материалы и методы.** В основу анализа легли теории конкурентоспособности, изложенные в трудах П. Сраффа и М. Портера.*

***Результаты исследования.** Поскольку материальные факторы конкурентной борьбы практически исчерпаны, фокус внимания перемещается в сторону нематериальных факторов конкуренции, в частности, в сторону обе-*

---

\* **Завьялова Елена Борисовна**, кандидат экономических наук, заведующий кафедрой экономической политики и государственно-частного партнерства МГИМО МИД России  
e-mail: e.zavyalova@inno.mgimo.ru  
ORCID ID: 0000-0001-6531-7672

\*\* **Кротова Татьяна Григорьевна**, преподаватель кафедры экономической политики и государственно-частного партнерства (ЭПЧП) МГИМО МИД России  
e-mail: tatyana.krotova.mgimo@gmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-0491-493X

\*\*\* **Бунякова Анастасия Владимировна**, преподаватель кафедры английского языка № 2 МГИМО МИД России  
e-mail: bunyakova.a@inno.mgimo.ru  
ORCID ID: 0000-0002-9987-9320

спечения специфических потребностей потребителей, выражающихся в учете социальных и экологических факторов в процессе создания товара.

В соответствии с современными тенденциями, удовлетворение этих потребностей достигается путем внедрения ESG-принципов. Однако остается открытым вопрос, повышает ли это конкурентоспособность компании. По результатам проведенного исследования удалось доказать, что внедрение ESG-принципов в деятельность компаний не является гарантией повышения конкурентоспособности компании.

**Обсуждение и заключение.** Несмотря на полученные результаты, авторы утверждают, что компаниям не стоит отказываться от внедрения ESG-повестки. Компании могут получать некоторые преимущества в виде дополнительных инвестиций со стороны инвесторов, которые разделяют идеи ответственного инвестирования, или на биржах, требующих раскрытия информации об ESG-инициативах компании, что позволяет продемонстрировать заинтересованным сторонам свою приверженность ESG или в принципе получить возможность листинга на некоторых биржах. Внедрение ESG-проектов и инициатив само по себе не ведет к повышению конкурентоспособности компании. Однако неучастие в этом процессе в современных условиях чревато недополучением инвестиций и снижением потребительского спроса.

## Введение

Еще в начале XX века исследователи законов и принципов конкурентной борьбы обратили внимание, что немаловажное значение имеют неэкономические факторы, в частности предпочтения потребителей. В работе «Законы доходности в условиях конкуренции» [11], написанной в 1926 г., П. Сраффа доказывает, что в результате увеличения масштабов производства чистая конкуренция искажается как в результате деятельности самих компаний, так и за счет предпочтений потребителей, которые в силу специфических особенностей товара (упаковка, местонахождение и т.д.) склоняются к выбору в его пользу.

Сегодня, когда практически все возможности получения конкурентных преимуществ за счет физического (материального) расширения деятельности компании исчерпаны, роль нематериальных факторовкратно увеличилась. Можно даже утверждать, что на наших глазах происходит становление нового этапа в теории конкуренции. Наиболее полное отражение этой теории находим в одной из последних публикаций классика теории конкуренции М. Портера. В этом исследовании ученый предлагает модель анализа «пяти сил» конкурентной среды, где одним из значимых факторов выступает «власть покупателей».

В то же время последние десятилетия как политиками, так и бизнесом целена-

правленно формировались специфические потребительские предпочтения в рамках продвижения концепции устойчивого развития. В результате сегодня покупатель, особенно из экономически развитых стран, делает выбор в пользу того или иного товара, исходя из принципа экологической безопасности продукции, воздействия в процессе производства на местное население или иных социальных факторов.

Соответственно, возникает предположение, что следование компании ESG-принципам должно повысить ее конкурентоспособность. Однако такое предположение требует проверки.

## Исследование

В современной науке преобладает два подхода к оценке последствий конкуренции для окружающей среды и социальной сферы. Д. Хэй, Д. Морис и Ж. Тироль видят в конкуренции разрушающее начало, действующее под влиянием исключительно стихийных сил. Если придерживаться этой точки зрения, то получается, что ESG-повестка это частный случай стихийных сил и в результате ее реализация в погоне за прибылью приведет к негативным последствиям для всех вовлеченных сторон. Однако более популярен сегодня второй подход к анализу конкуренции и ее роли для социального и экологического развития. Сторонниками этого подхода являются Ф. Шерер, Д. Росс,

М. Портер. Они считают, что единственный способ для компании добиться конкурентного преимущества – достичь превосходства в инновациях, которые в рамках нашего исследования сводятся к опережающему внедрению принципов устойчивого развития в производственные цепочки. Г. Хамел и К. Прахалад пошли еще дальше и выступили за необходимость для компании, «нацеленной на рынки будущего», сформировать «ключевые компетенции», которые обеспечат ей отрыв от основных конкурентов, действующих в традиционных рамках.

Опираясь на эти положения, а также на глобальную повестку в области устойчивого развития, крупные компании всего мира стали активно внедрять в свою деятельность принципы устойчивого развития, которые на корпоративном уровне получили название ESG-факторов. Только за последнее десятилетие было принято беспрецедентное количество документов и инициатив, нацеленных на продвижение устойчивого развития: принятие Целей устойчивого развития ООН в рамках «Повестки 2030»; создание Принципов ответственного инвестирования ООН; публикация инициированного Организацией объединенных наций доклада “Who Cares Wins”,<sup>1</sup> в котором упоминаются элементы ESG и активно продвигается идея их благоприятного воздействия на компанию[3]; разработка и внедрение стандартов нефинансовой отчетности, таких как Глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative, GRI) и рекомендаций Совета по стандартам учета в области устойчивого развития (Sustainability Accounting Standards Board, SASB); выпуск первых «зеленых» облигаций и дальнейшее распространение ответственного финансирования и т.д.

Однако по мере расширения числа участников процесса, все большее сомнение стал вызывать главный постулат идеологов устойчивости, а именно, ведет ли внедрение ESG-принципов к реальному повышению конкурентоспособности компании, или ESG-повестка становится своего рода дополнительным налогом на бизнес. Для проверки этого научного вопроса авторы настоящего исследования, с одной стороны, проанализировали труды и подходы крупнейших мировых учёных, изучавших

взаимосвязь конкурентоспособности и внедрения ESG-принципов. С другой, - авторы провели собственное исследование на базе открытых данных.

Начнем с анализа существующих подходов. Все исследователи, как из академических кругов, так и бизнес-аналитики, сходятся в одном - поиск взаимосвязи между социально-экологическими инициативами и экономическими показателями компании является самым актуальным и все еще не решенным вопросом. Но на этом единство мнений заканчивается. Большинство пишет о положительной корреляции ESG-инициатив и финансовых показателей [10]. В последние годы все чаще стали появляться публикации о том, что такая взаимосвязь неоднозначна [6; 9], U-образна [5] или совсем отсутствует [4]. Более того, появились активные противники ESG [7; 8], говорящие о том, что чрезмерное увлечение идеями устойчивости ведет к необоснованному повышению издержек и ложится тяжёлым финансовым бременем на компанию. Интересно отметить, что доля авторов, ставящих под сомнение «полезность» ESG значительно увеличилась за последние пять лет.

Большинство исследований, в которых доказывается положительная взаимосвязь тех или иных показателей конкурентоспособности и уровня корпоративной устойчивости, опирается на закрытые данные рейтинговых агентств или информационно-аналитической компании Bloomberg (раздел Bloomberg ESG Data). Не подвергая сомнению компетентность аналитиков упомянутых структур, авторы данного исследования решили проверить представленные выводы, опираясь исключительно на открытые данные. Данные брались из официально опубликованной финансовой отчетности компаний, прошедших аудиторскую проверку, и оценочных значений ESG-показателей ESG-рейтингов.

Для проверки гипотезы о росте выручки компании при внедрении в ней ESG-стандартов были взяты компании из различных отраслей: нефтегазовой, химической, металлургической, машиностроительной, т.е. тех, которые составляют базу российской экономики. В качестве показателя успеш-

<sup>1</sup> Доклад в рамках инициативы ООН Глобальный договор. Who Cares Wins. Connecting Financial Markets to a Changing World, The Global Compact. URL: [https://www.unepfi.org/fileadmin/events/2004/stocks/who\\_cares\\_wins\\_global\\_compact\\_2004.pdf](https://www.unepfi.org/fileadmin/events/2004/stocks/who_cares_wins_global_compact_2004.pdf)

ности бизнес-стратегии был взят показатель выручки. Выбор именно выручки в качестве критерия для оценки конкурентоспособности компании был обусловлен целым рядом факторов. Так, если принять за основу гипотезу, что современный покупатель более склонен покупать продукцию у «ответственных» компаний, то ESG-мероприятия

должны вести к росту спроса на продукцию, и соответственно к росту выручки компании. Вторым аргумент – выручка напрямую не зависит ни от издержек, ни от расходов компании, поэтому обладает определенной универсальностью, что позволит сравнить показатели компаний из разных стран и отраслей.



**Рис. 1. Распределение оценок воздействия ESG-новости на финансовые результаты компаний, опубликованных с 2000 годов**

Источник: составлено авторами на основе Alshehhi, A., Nobanee, H., Khare, N. *The Impact of Sustainability Practices on Corporate Financial Performance: Literature Trends and Future Research Potential* / A. Alshehhi, H. Nobanee, N. Khare // *Sustainability*. – 2018. – P. 1-25. URL: [https://www.researchgate.net/publication/323152161\\_The\\_Impact\\_of\\_Sustainability\\_Practices\\_on\\_Corporate\\_Financial\\_Performance\\_Literature\\_Trends\\_and\\_Future\\_Research\\_Potential](https://www.researchgate.net/publication/323152161_The_Impact_of_Sustainability_Practices_on_Corporate_Financial_Performance_Literature_Trends_and_Future_Research_Potential) и *ESG and financial performance: Uncovering the Relationship by Aggregating Evidence from 1,000 Plus Studies Published between 2015 – 2020*, URL: [https://www.stern.nyu.edu/sites/default/files/assets/documents/NYU-RAM\\_ESG-Paper\\_2021%20Rev\\_0.pdf](https://www.stern.nyu.edu/sites/default/files/assets/documents/NYU-RAM_ESG-Paper_2021%20Rev_0.pdf)

Для того чтобы доказать значимую взаимосвязь роста выручки компании и ее вложений в ESG мы искали корреляционную зависимость между ESG-рейтингом компании, согласно оценке S&P Global (может быть от 0 до 100), и ее годовой выручкой (в млрд. долл. США).

На данный момент S&P является одним из наиболее авторитетных рейтинговых агентств, оценивающих компании с точки зрения их позиции в области ESG. Выбор ESG-рейтинга S&P обуславливается прежде всего наличием достаточного количества актуальных данных в открытом доступе по компаниям отобранных отраслей. Критерий достаточности данных предполагает не только возможность получения беспрепят-

ственного доступа к ним, но также и наличие исторических данных по компаниям за несколько лет. Кроме того, для проведения математических расчетов требуется оценка рейтинга в числовой форме (не буквенной и т.д.), что соответствует методологии рейтинга S&P Global. Наконец, сущность оценки рейтинга должна предполагать оценку положения компании с точки зрения всех трех аспектов ESG (а не только, например, влияния на изменение климата, управленческих практик и т.д.). ESG-рейтинг S&P Global отвечает всем требованиям, предъявляемым к рейтингу в рамках нашего исследования, и, таким образом, именно его значения выбраны для проведения корреляционного анализа.

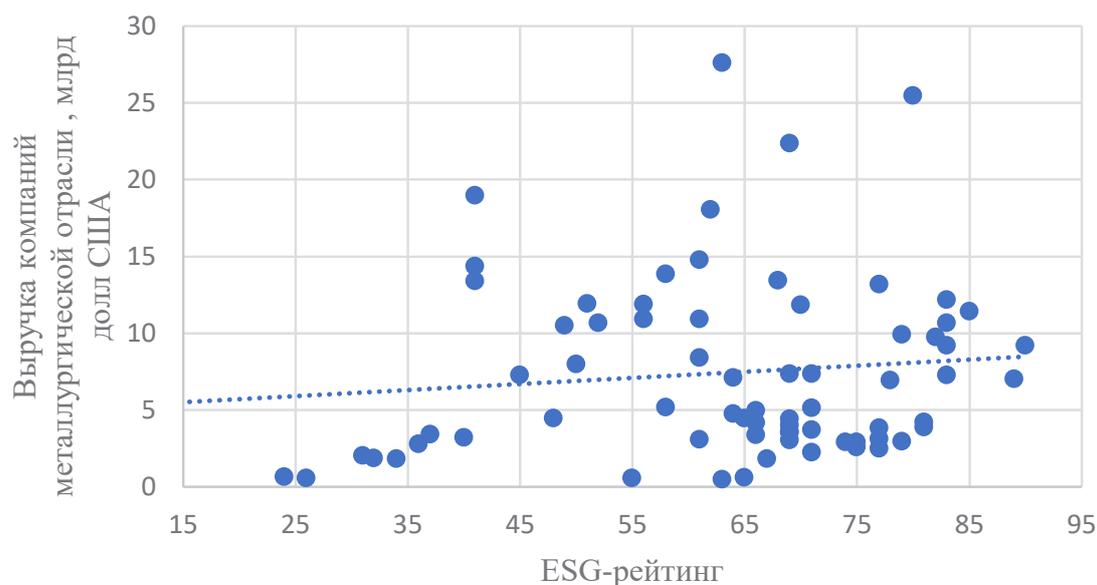
Корреляционная зависимость считается значимой при коэффициенте корреляции больше 0,5. Причем взаимосвязь считается положительной при коэффициенте корреляции больше нуля, в таком случае можно будет сделать выводы о том, что между внедрением ESG-стандартов в компании и ее доходами в данной отрасли действительно есть взаимосвязь. Если коэффициент корреляции будет отрицательным, то это будет свидетельствовать о том, что вложения компаний в ESG-стратегию оказывают отрицательное воздействие на выручку компании в выбранной отрасли. Значит, показатели коэффициента корреляции меньше 0,5 будут говорить о том, что значимого эффекта на показатели выручки компаний вложения в ESG не оказывают.

В выборку попали 20 компаний металлургической промышленности, 19 нефтегазовых компаний, 27 компаний химической

промышленности и 21 машиностроительная компания. Данные по их ESG-рейтингу и выручке брались за 4 года (2018 – 2021 гг.). Во избежание искажений полученного итогового коэффициента корреляции, мы исключили из выборки самые большие и самые маленькие показатели выручки компаний. Таким образом мы получили репрезентативную выборку из 65 показателей для компаний нефтегазовой отрасли, 74 показателей для компаний металлургической промышленности, 97 показателей для компаний химической промышленности и 76 показателей для компаний машиностроительной отрасли.

Затем мы построили точечные диаграммы с указанием линии тренда для компаний каждой отрасли и нашли коэффициенты корреляции в программе Microsoft Excel и получили результаты, представленные далее (см. диаграммы 1-4).

Для металлургической промышленности:



*Диаграмма 1. Корреляция между ESG-рейтингом компаний металлургической отрасли и выручкой.*

*Источник: получена авторами.*

Коэффициент корреляции: 0,1. То есть корреляционная зависимость незначительная.

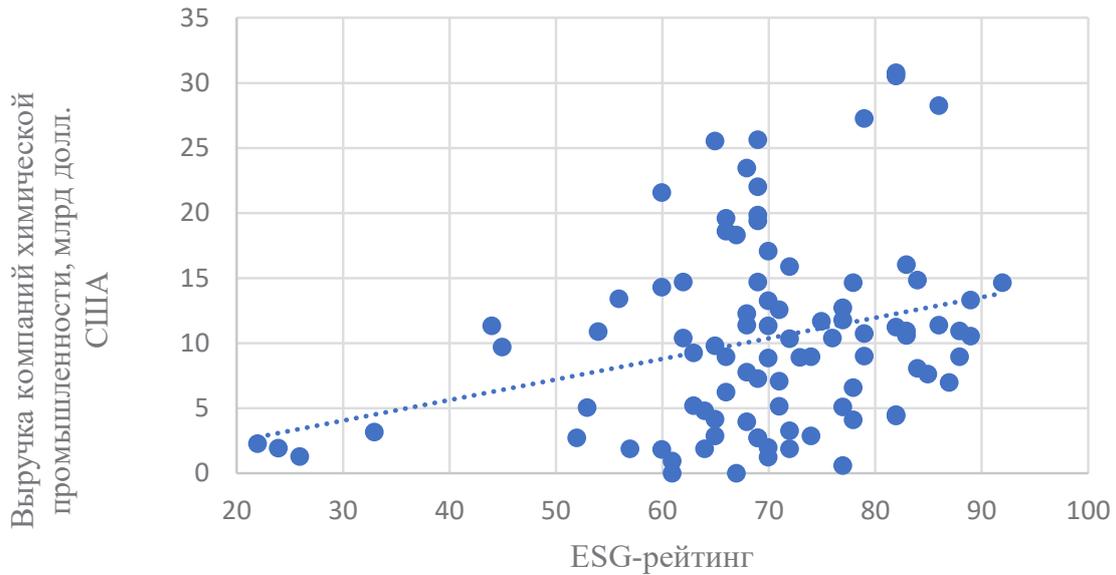


Диаграмма 2. Корреляция между ESG-рейтингом компаний химической отрасли и выручкой.

Источник: получена авторами.

Коэффициент корреляции: 0,3. Для компаний химической отрасли корреляция положительная и больше, чем для металлургических компаний. Однако говорить

о сколь либо значимой корреляции между ESG-рейтингом компании в этой отрасли и их выручкой нельзя.

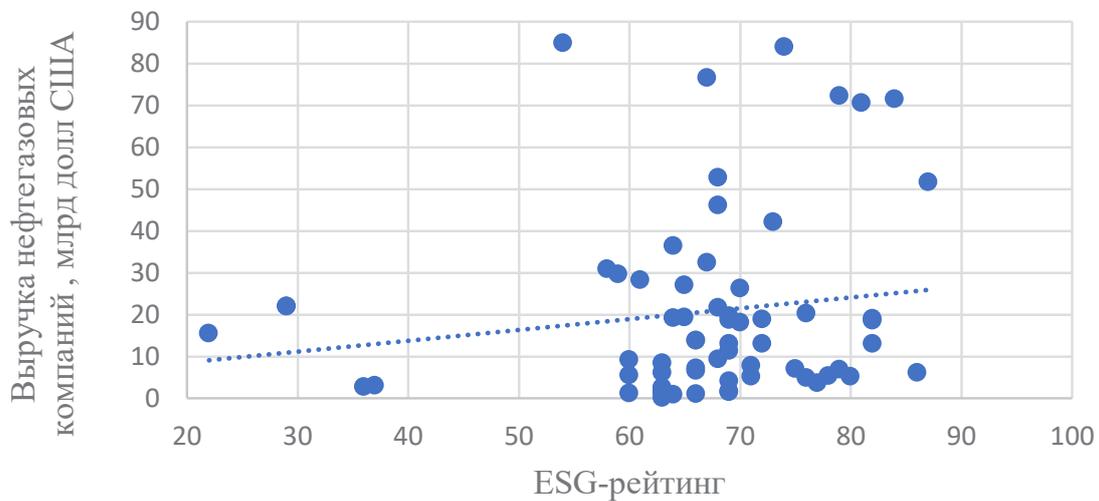
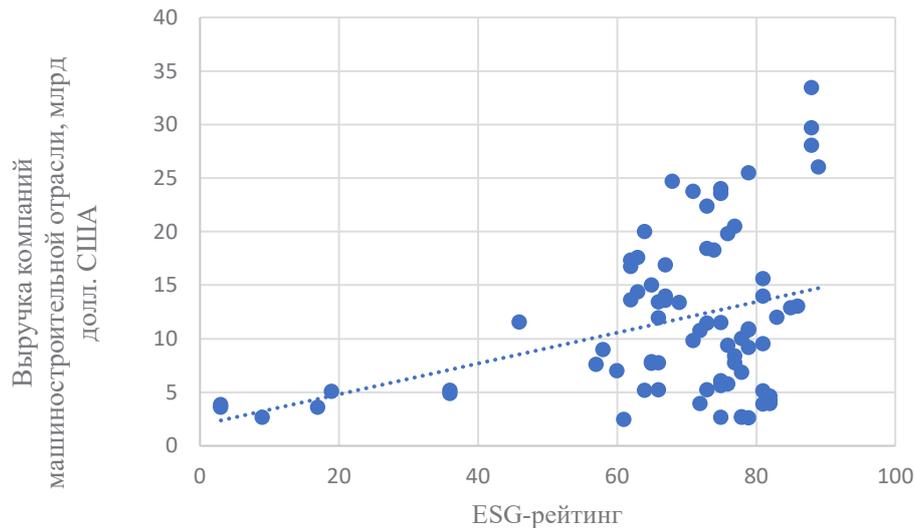


Диаграмма 3. Корреляция между ESG-рейтингом нефтегазовых компаний и выручкой.

Источник: получена авторами.

Коэффициент корреляции: 0,15, что опять же свидетельствует о незначительной корреляции.



**Диаграмма 4. Корреляция между ESG-рейтингом машиностроительных компаний и выручкой.**

Источник: получена авторами.

Коэффициент корреляции: 0,4. Это самая сильная положительная корреляционная зависимость из всех четырех представленных в исследовании отраслей промышленности. Но так как этот коэффициент меньше 0,5, то и здесь мы не можем утверждать, что существует значимая корреляционная зависимость между местом компании машиностроительной отрасли в ESG-рейтинге и ее выручкой.

Таким образом, значимой корреляционной зависимости между выручкой компании и ее ESG-рейтингом не выявлено ни в одной из четырех отраслей промышленности. Наибольшая взаимосвязь наблюдается у машиностроительных компаний.

### Заключение

В ходе эволюции научного знания о природе и главных факторах конкуренции ученые и представители делового сообщества пришли к пониманию, что материальные факторы конкурентной борьбы практически исчерпаны, соответственно, фокус внимания переместился в сторону нематериальных факторов конкуренции, главным из которых сегодня принято считать вовлеченность в ESG-повестку.

По результатам проведенного исследования удалось доказать, что внедрение ESG-принципов в деятельность компаний не является гарантией повышения конкурентоспособности компании. Более того, наиболее объективным стимулом к дальнейшему

участию компаний в ESG представляется давление международных государственных и частных институтов. Получается, что компании действуют скорее по принципу оплаты «членских взносов» за участие в клубе «избранных».

В действительности, этот вопрос несколько более неоднозначен. Представляется небезосновательным предположить, что компании могут получать некоторые преимущества в условиях наличия так называемой развитой ESG-среды. Речь идет о возможностях привлечения дополнительных инвестиций со стороны инвесторов, которые разделяют идеи ответственного инвестирования, например, являясь подписантами Принципов ответственного инвестирования ООН [1]. Другой пример – следование рекомендациям фондовых бирж в отношении раскрытия информации об ESG-инициативах компании, что позволяет продемонстрировать заинтересованным сторонам свою приверженность ESG или в принципе получить возможность листинга на некоторых биржах [2]. Тем не менее, в условиях ограниченного доступа к ответственным институциональным инвесторам или отсутствия обязательных требований по раскрытию информации со стороны фондовых бирж компаниям непросто получить дополнительные преимущества и, таким образом, участие в ESG действительно не является гарантией повышения их конкурентоспособности.

## Литература:

1. Бунякова А.В. Роль инвесторов в продвижении раскрытий ESG-информации // Вестник Академии. 2021. № 3. С. 99-108.
2. Бунякова А.В. Роль фондовых бирж и стандартов нефинансовой отчетности в продвижении ESG- раскрытий // Экономика и управление: проблемы, решения. 2021. Том IV. С. 4-11.
3. Бунякова А.В., Завьялова Е.Б. ESG-инвестирование: новое слово или новый смысл? // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2021. Т. 29. No. 4. С. 613-626.
4. Aupperle, K., Carroll, A., Hatfield, J. An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability // Academy of Management Journal. 1985. P. 446-463.
5. Barnett, M., Salomon, R. Does it Pay to Be Really Good? Addressing the Shape of the Relationship between Social and Financial Performance // Strategic Management Journal. 2011. P. 2-41.
6. Grewatsch, S., Kleindienst, I. When Does It Pay to be Good? Moderators and Mediators in the Corporate Sustainability - Corporate Financial Performance Relationship: A Critical Review // Journal of Business Ethics. 2017. P. 383-416.
7. He, Y., Chittoor, R. When Does It (Not) Pay to Be Good? Interplay Between Stakeholder and Competitive Strategies // Journal of Management. 2022. P. 1-33. URL: <https://dspace.library.uvic.ca>.
8. Hillman A.J., Keim G.D. Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's The Bottom Line? // Strategic Management Journal. Vol. 22. No. 2 (Feb., 2001). P. 125-139. URL: <https://www.researchgate.net>.
9. Margolis, J.D., Walsh J.P. Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business // Administrative Science Quarterly. Vol. 48. 2003. № 2. P. 268-305.
10. Orlitzky, M., Schmidt, F., Rynes, S. Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis // Organization Studies. 2003. P. 403-441.
11. Sraffa, P. The Law of Returns under Competitive Conditions // The Economic Journal. 1926. Dec. P. 535-550.

## ESG IMPACT ON CORPORATE COMPETITIVENESS

**Introduction.** *The purpose of this article is to verify the assertion of most foreign modern authors that the introduction of ESG principles leads to improved competitiveness of modern corporations. The analysis is based on the most relevant theories of competitiveness in terms of intangible factors of competition. In order to test the hypothesis of the impact of ESG principles on competitiveness, the authors have analysed the correlation between companies' revenues and their S&P Global ESG score. The analysis was based on 87 ESG-leaders operating in different industries.*

**Materials and methods.** *The analysis is based on the theories of competitiveness set out in the works of P. Sraffa and M. Porter.*

**Results of the research.** *As the potential of tangible factors of competition is next to exhausted, the focus is shifting to intangible factors, i.e. to meeting specific consumers' demands, taking into account social and environmental factors in the process of production.*

*In accordance with current trends, satisfying these needs is achieved by implementing ESG principles. However, it remains an open question whether this enhances the competitiveness of the company. According to the results of the study, implementing ESG principles in the activities of companies is not a guarantee of increasing the competitiveness of the company.*

**Discussion.** *Despite the results obtained, the authors argue that companies should not abandon*

*the implementation of ESG principles. Companies may receive some benefits by luring investors who adhere to the principles of responsible investing, or by being listed on stock exchanges that require ESG disclosures, which allows companies to demonstrate to stakeholders their commitment to ESG or simply to be listed on some stock exchanges. Implementing ESG factors and initiatives does not in itself lead to an increase in a company's competitiveness. However, non-participation in this process in today's environment puts the company at risk of underinvestment and lower consumer demand.*

Elena B. Zavyalova,  
Ph.D. in Economics, Associate Professor,  
Head of The Economic Policy  
and Public-Private Partnership Department,  
MGIMO University, Russia

Tatyana G. Krotova, Lecturer,  
The Economic Policy and Public-Private  
Partnership Department, MGIMO University,  
Russia

Anastasia V. Buniakova,  
Lecturer, English Language  
Department № 2,  
MGIMO University, Russia

**Ключевые слова:**

ESG, устойчивое развитие, корпоративная устойчивость, корпоративная социальная ответственность (КСО), эконометрические методы, теория конкурентоспособности, конкуренция, конкурентоспособность предприятия

**Keywords:**

ESG, sustainable development, corporate sustainability, corporate social responsibility (CSR), the Theory of Competitiveness, econometric methods, competition, company competitiveness

**References:**

1. Bunyakova A.V., 2021. Rol' investorov v prodvizhenii raskrytii ESG-informacii [The role of investors in promoting ESG information disclosure]. *Vestnik Akademii [Bulletin of the Academy]*. № 3. S. 99-108.
2. Bunyakova A.V., 2021. Rol' fondovyh birzh i standartov nefinansovoj otchetnosti v prodvizhenii ESG- raskrytii [The role of stock exchanges and non-financial reporting standards in promoting ESG disclosures]. *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya [Economics and Management: Problems, Solutions]*. Vol. IV. S. 4-11.
3. Bunyakova A.V., Zav'yalova E.B., 2021. ESG-investirovanie: novoe slovo ili novyi smysl? [ESG investing: a new word or a new meaning?]. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Ekonomika [Bulletin of the Peoples' Friendship University of Russia. Series: Economy]*. 2021. Vol. 29. No. 4. S. 613-626.
4. Aupperle, K., Carroll, A., Hatfield, J., 1985. An Empirical Examination of the Relationship between Corporate Social Responsibility and Profitability. *Academy of Management Journal*. P. 446-463.
5. Barnett, M., Salomon, R., 2011. Does it Pay to Be Really Good? Addressing the Shape of the Relationship between Social and Financial Performance. *Strategic Management Journal*. P. 2-41.
6. Grewatsch, S., Kleindienst, I., 2017. When Does It Pay to be Good? Moderators and Mediators in the Corporate Sustainability - Corporate Financial Performance Relationship: A Critical Review. *Journal of Business Ethics*. P. 383-416.
7. He, Y., Chittoor, R., 2022. When Does It (Not) Pay to Be Good? Interplay Between Stakeholder and Competitive Strategies. *Journal of Management*. P. 1-33. URL: <https://dspace.library.uvic.ca>.
8. Hillman A.J., Keim G.D., 2001. Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's The Bottom Line? *Strategic Management Journal*. Vol. 22. No. 2. P. 125-139. URL: <https://www.researchgate.net>.
9. Margolis, J.D., Walsh J.P., 2003. Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business. *Administrative Science Quarterly*. Vol. 48. № 2. P. 268-305.
10. Orlitzky, M., Schmidt, F., Rynes, S., 2003. Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis. *Organization Studies*. P. 403-441.
11. Sraffa, P., 1926. The Law of Returns under Competitive Conditions. *The Economic Journal*. December. P. 535-550.