

Научная статья  
УДК 33  
<https://doi.org/10.24143/2073-5537-2021-4-15-21>

## ESG-факторы как инструмент формирования деловой репутации

*Ирина Юрьевна Беляева<sup>1</sup>, Надежда Павловна Козлова<sup>2✉</sup>, Ольга Викторовна Данилова<sup>3</sup>*

<sup>1-3</sup> *Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
Москва, Россия, Nadezda5665@yandex.ru✉*

**Аннотация.** Рассматриваются ESG-факторы, определяющие в современных условиях деятельность большинства компаний. Отмечается взаимосвязь между ESG-принципами и деловой репутацией современной компании. Выявлено, что деловая репутация формируется под воздействием целого ряда факторов, среди которых в последние годы на первое место выходят ответственное отношение к окружающей среде, социальная ответственность и качество корпоративного управления. Проведен анализ, подтверждающий, что ESG-принципы прочно закрепились за рубежом; количество компаний, имеющих ESG-рейтинг, увеличивается в геометрической прогрессии, повышается их доходность. Отмечено, что российский бизнес еще не включил ESG-принципы в качестве обязательных параметров стратегий активного инвестирования. Акцент ставится на взаимоотношения со стейкхолдерами, поскольку именно они оценивают деятельность компании с позиции степени удовлетворения своих потребностей. Проведенный анализ доказал, что оценка включает не только максимизацию прибыли и рост дивидендов, но и результаты социальной и экологически ответственной практики компаний. Сделан вывод о наличии взаимосвязи между устойчивым развитием компании, ее деловой репутацией, созданием этических ценностей и учетом в стратегии компании интересов стейкхолдеров. Подчеркивается, что ESG становятся инструментом стратегий активного инвестирования и инструментом, определяющим деловую репутацию компании. Проиллюстрирована практика ответственного ESG-инвестирования, выделена роль институциональных инвесторов в распространении такого рода практики.

**Ключевые слова:** деловая репутация, ESG-факторы, ESG-принципы, ESG-инвестирование, устойчивое развитие, стейкхолдеры, корпоративное управление, экологическая ответственность, социальная ответственность, ответственное инвестирование

**Для цитирования:** Беляева И. Ю., Козлова Н. П., Данилова О. В. ESG-факторы как инструмент формирования деловой репутации // *Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика.* 2021. № 4. С. 15–21. <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2021-4-15-21>.

Original article

## ESG factors as tool for forming business reputation

*Irina Yu. Belyaeva<sup>1</sup>, Nadezhda P. Kozlova<sup>2✉</sup>, Olga V. Danilova<sup>3</sup>*

<sup>1-3</sup> *Financial University under the Government of the Russian Federation,  
Moscow, Russia, Nadezda5665@yandex.ru✉*

**Abstract.** The article focuses on the ESG factors determining the activities of most companies in recent years. The relationship between ESG principles and the business reputation of a modern company has been indicated. Business reputation is found to be formed under the influence of a number of factors, among which a responsible attitude to the environment, social responsibility and the quality of corporate governance have come out in the first place in recent years. The analysis proved that the ESG principles are firmly entrenched abroad, the number of companies with an ESG rating is growing exponentially, and their profitability is increasing. It has been stated that the Russian business has not yet included ESG principles as mandatory parameters of active investment strategies. The emphasis is put on the relationship with stakeholders, since it is the stakeholders who evaluate the company's activities from the standpoint of the degree of satisfaction of their needs. The conducted analysis has proved that an assessment includes not only profit maximization and dividend growth, but also the results of social and environmentally responsible practices of companies. It has been inferred that there is a relationship between the sustainable development of the company, its business reputation, the creation of ethical values and taking into account the interests of stakeholders in the company's strategy. It is emphasized that ESGs become an instrument of active investment strategies and a tool that determines the business reputation of the company. The practice of responsible ESG investment has been illustrated, the role of institutional investors in the dissemination of this practice has been highlighted.

**Keywords:** business reputation, ESG factors, ESG principles, ESG investment, sustainable development, stakeholders, corporate governance, environmental responsibility, social responsibility, responsible investment

**For citation:** Belyaeva I. Yu., Kozlova N. P., Danilova O. V. ESG factors as tool for forming business reputation. *Vestnik of Astrakhan State Technical University. Series: Economics.* 2021;4:15-21. (In Russ.) <https://doi.org/10.24143/2073-5537-2021-4-15-21>.

### Введение

В современных сложных условиях нестабильности сохранить конкурентные позиции на рынке компаниям помогает положительная деловая репутация. «Деловая репутация компании – это формирующееся в сознании заинтересованных сторон (целевых групп) в течение значительного промежутка времени общественное мнение о компании, в основе которого лежит оценка основных аспектов ее деятельности – экономического, социального, экологического» [1, с. 19]. Положительная репутация не только облегчает доступ компании к различным ресурсам (кредитным, материальным, финансовым и т. д.), но и обеспечивает надежную защиту интересов компании во внешней среде, влияет на обоснованность принятия решений в области менеджмента.

Репутация представляет собой наиболее ценное имущество компании – то, что накапливается годами и может быть разрушено в одночасье. Репутация – неосязаемый актив, плохо защищенный от рисков и неудач, но открывающий новые возможности и приносящий доход. Этот актив оказывает непосредственное влияние не только на стоимость компании (в том числе на ее ликвидность и рыночную капитализацию), но и на ее способность достигать стратегических и производственных целей.

Целый ряд факторов определяет деловую репутацию компании: это и качество корпоративного управления, и обоснованность управленческих решений, и отношения с партнерами, контрагентами, покупателями продукции (стейкхолдерами), и организация работы с собственным персоналом, и отношения с органами власти, и корпоративная социальная ответственность компании, и т. п.

Главный тренд последних лет, оказывающий влияние на деловую репутацию, – возникновение

понятия ESG, означающего в широком смысле слова устойчивое развитие коммерческой деятельности, базирующееся:

- на ответственном отношении к окружающей среде (E – Environment);
- высокой социальной ответственности (S – Social);
- высоком качестве корпоративного управления (G – Governance) [2].

Целью настоящего исследования является определение влияния ESG-факторов на деловую репутацию компании.

### ESG-принципы и их роль в обеспечении устойчивого развития

Стратегия устойчивого развития компаний, сформулированная в 1992 г. на саммите ООН в Рио-де-Жанейро, предполагает развитие бизнеса без вреда для окружающей среды и охрану природных ресурсов для будущих поколений. Принципов устойчивого развития придерживаются все больше компаний в мире. В 2005 г. группой международных институциональных инвесторов под эгидой ООН и лично по инициативе генерального секретаря Кофи Аннана были сформулированы ESG-принципы, которые и определяют в настоящее время деятельность большинства компаний. Справедливо отмечает И. В. Беликов: «Социализация бизнеса – все более отчетливая тенденция в развитых странах в последние два десятилетия... на самый высокий корпоративный уровень управления (G, Governance) вносится оценка влияния компании на природную (E, Ecology) и социальную (S, Social) среду – наряду с финансовыми целями и обеспечением прав акционеров» [3]. На рисунке представлена характеристика ESG-факторов [4].

Беляева И. Ю., Козлова Н. П., Данилова О. В. ESG-факторы как инструмент формирования деловой репутации



Характеристика ESG-факторов

Characteristics of ESG factors

Для того чтобы получить высокую ESG-оценку, бизнесу необходимо соответствовать стандартам развития в трех категориях: социальной, управленческой и экологической. Бренд обуви Timberland, сотрудничая с производителем шин Omni United, делает подошвы ботинок из переработанных шин, демонстрируя тем самым заботу об окружающей среде [2]. Чтобы соответствовать социальным стандартам, бизнесу необходимо повышать качество труда, сохранять гендерный баланс, реализовывать социальные проекты. Например, американский бренд верхней одежды Patagonia не владеет фабриками, которые шьют его продукцию, поэтому не может влиять на размер зарплаты рабочих. Однако в рамках программы «Честная торговля» бренд направляет часть средств с продажи продукции на фабрики с целью повышения зарплаты сотрудников до уровня прожиточного минимума [2].

Управленческие стандарты касаются корпоративного управления: заработной платы менеджмента, прозрачности, противодействия коррупции, корпоративной культуры и др. [2].

За последние годы ESG-принципы стали популярными и прочно закрепились за рубежом. К началу нового тысячелетия в США насчитывалось лишь 20 компаний с ESG-рейтингом, а к 2020 г. их количество увеличилось почти до 800 [2]. Согласно результатам исследования Оксфордского университета, у компаний, которые в своей стратегии учитывают наиболее значимые ESG-факторы, ежегодная доходность выше в среднем на 4,8 %. У фондов ответственного инвестирования на 20 % меньше случаев падения стоимости активов в связи с рыночной волатильностью [5].

В России принципы ESG не распространены настолько, как за рубежом, но российский бизнес постепенно начинает их применять. На Петербургском международном экономическом форуме (ПМЭФ) в 2021 г. одной из самых обсуждаемых тем стала защита окружающей среды: снижение выбросов углекислого газа при добыче и переработке топлива, а также развитие новых источников энергии [2]. В рамках нацпроекта «Экология» поставлены задачи к 2030 г.: отправлять на сортировку 100 % отходов и вдвое сократить объем захоронения мусора [2]. Российские банки вводят практику тестирования каждого заемщика на соблюдение принципов устойчивого развития. Три четверти крупнейших банков страны уже внедрили в кредитный процесс ESG-оценку компаний, еще 20 % – планируют внедрить [2].

Корреляция между деловой репутацией компании и выстраиванием ее деятельности на принципах ESG очевидна. Соблюдение ESG-принципов означает ответственность компании в области охраны окружающей среды, высокую социальную ответственность, высокое качество корпоративного управления. Это неизбежно приводит к социализации бизнеса, что, безусловно, способствует более

полному удовлетворению потребностей стейкхолдеров компании, а следовательно, и повышению ее деловой репутации.

### **Взаимодействие со стейкхолдерами на ESG-принципах**

Современную компанию можно определить как социальную систему, осуществляющую деятельность в сфере обмена ресурсами и оказывающую воздействие на них. В процессе осуществления деятельности компания сталкивается с многочисленными представителями определенных групп интересов (стейкхолдеров), и оценка деятельности компании все в большей степени определяется той ценностью, которую она предоставляет своим стейкхолдерам, степенью удовлетворения их потребностей. Цели современной компании не ограничиваются только получением прибыли. На первый план выходит необходимость гармонизации интересов всех участников корпоративных отношений, развитие межличностного взаимодействия и нарастающая зависимость корпораций от различных факторов внешней среды, прежде всего социальных и экологических.

Конечно, стейкхолдеры ждут выгоды от взаимодействия с компанией, и это не всегда максимизация прибыли и рост дивидендов, т. е. отношения стейкхолдеров и компании не всегда строятся только на экономическом интересе. Со стороны стейкхолдеров нарастают требования в области социальной и экологической ответственности компаний: от использования более экологически чистых материалов для производства продукции до удовлетворения интересов местного сообщества, клиентов, некоммерческих организаций и др.

Вопросы корпоративной социальной ответственности дискутируются в научной среде и среди представителей бизнес-сообщества. Предмет дискуссии – влияние социальной ответственности на эффективность функционирования компании с точки зрения изменений рыночной цены акций. Кэтрин М. Пол и Дональд Сигал в работе «Корпоративная социальная ответственность и экономические показатели» отмечают, что «экономически рациональные компании должны позволять вовлекать себя в социальную деятельность только тогда, когда выгоды превышают издержки» [6]. Подобной точки зрения придерживаются и другие исследователи, например Д. Барон [7], М. Баньоли и С. Уоттс [8]. По их мнению, компании вовлекаются в максимизирующую прибыль деятельность, связанную с социальной ответственностью, основываясь на ожидаемых выгодах от данных действий. При этом под ожидаемыми выгодами подразумевается рост репутационного потенциала, возможность получения премии к цене своей продукции, улучшение возможности найма персонала и т. д.

Для решения поставленных задач компании вынуждены искать новые подходы к взаимодей-

ствию со стейкхолдерами, изучая для этого разные модели их поведения, выделяя ключевых стейкхолдеров, определяя группы влияния. Так, Р. Фриман выделяет четыре уровня подхода к стейкхолдерам: первый – продвижение основных ценностей, когда закладывается понимание того, как добиться улучшения положения стейкхолдеров, а последний уровень – этическое лидерство. Очевидная взаимосвязь между устойчивым развитием компании, ее деловой репутацией и созданием ею этических ценностей выводит отношения со стейкхолдерами на новый уровень, ведь этическое лидерство возможно только при четком видении и учете в стратегии компании интересов и забот стейкхолдеров. В ряде исследований, например [9], доказывается возможность стейкхолдеров наказывать компании за неискренние социальные инициативы. Повышаются требования к открытости компаний, соблюдению принципов корпоративного управления и корпоративной социальной ответственности, увеличивается формализация корпоративных отношений, становятся обязательными требования подготовки отчетности по устойчивому развитию, по международным стандартам. В последние годы активно продвигается тренд на использование компаниями принципов ESG и этот тренд становится определяющим в выстраивании отношений современных компаний со своими стейкхолдерами.

#### **ESG-инвестиции и их влияние на деловую репутацию**

Современная компания неизбежно сталкивается с проблемой привлечения инвестиционных ресурсов. При этом инвесторы рассчитывают получить выгоду от участия в капитале компании, иначе их заинтересованность в проекте маловероятна. К сожалению, характерной чертой российских компаний является их слабая привлекательность в качестве объекта инвестирования. «Инвестиционную привлекательность можно определить как наличие определенных условий и преимуществ, которые принесут инвестору дополнительную выгоду и уменьшат риск вложений» [1, с. 126]. Для многих российских компаний характерны высокие инвестиционные риски и ограничение прав инвесторов, поэтому для привлечения дополнительных инвестиционных ресурсов очень важно иметь положительную деловую репутацию. Выбирая объект инвестирования, инвестор почти наверняка предпочтет вкладывать свои ресурсы в компанию, имеющую не только высокую экономическую результативность, но и безупречную репутацию с точки зрения воздействия на природу и общество, социально ответственную, заботящуюся о работниках, обладающую корпоративным управлением высокого качества. Соответственно, и влияние инвесторов на компании становится более весомым и от-

ражает потребность общества в социализации деятельности экономических институтов – компаний.

ESG-факторы становятся инструментом стратегий активного инвестирования и, соответственно, инструментом, определяющим деловую репутацию компании. К началу 2021 г. принципов ответственного инвестирования придерживались 3 856 организаций в мире. Объемы ESG-инвестирования увеличиваются ускоренными темпами. Согласно данным Bloomberg, в 2020 г. «...инвестиции в ESG-фонды в 3 раза превысили объемы 2019 г., и этот тренд будет сохраняться» [10].

Увеличивается доля инвесторов, заинтересованных в том, чтобы их инвестиции соответствовали критериям ESG, характер требований инвесторов меняется. В последние годы растет число институциональных инвесторов (страховых и инвестиционных компаний, пенсионных и благотворительных фондов), увеличивается их доля в акционерном капитале, а позиция таких инвесторов в отношении изменения климата, воздействия компаний на экологию известна. Институциональные инвесторы включают ESG-факторы в стратегии ответственного инвестирования, в соглашения с компаниями, вводя ограничения на отрасли, пагубно воздействующие на окружающую среду. Согласно результатам исследования, проведенного компанией EY в 2020 г. среди институциональных инвесторов, 98 % из них, принимая решение об инвестировании, строго отслеживают ESG-рейтинг компании, что помогает им «...избежать сотрудничества с компаниями, деятельность которых связана с экологическими рисками и денежными потерями, например такими, как разлив нефти из-за взрыва платформы компании Transocean в 2010 г.» [2].

В странах Европы и Америки ограничивается приток инвестиций в «грязные» предприятия. К 2030 г. согласно Парижскому соглашению европейские страны должны сократить выбросы парниковых газов на 50 % от уровня 1990 г. Европейский союз в 2023 г. вводит углеродный налог на импортные товары. В декабре 2020 г. инвесторы, управляющие активами в 9 трлн долл., заявили, что не позднее 2050 г. исключат из инвестиционных портфелей компании, деятельность которых не будет нейтральной с точки зрения выбросов парниковых газов [3]. Подобные меры будут способствовать переходу на менее вредные для экологии технологии. Переход на ответственное ESG-инвестирование поддерживает мировой фондовый рынок, повышая цены на акции ESG-компаний [10].

Из инвестиционных портфелей исключаются активы, связанные с добычей полезных ископаемых, игровым бизнесом, производством табака и алкоголя. Так, например, «...в 2018 г. датский пенсионный фонд РКА (46 млрд долл. в управлении) продал свои доли в 70 компаниях угольной и 35 компаниях нефтегазовой отраслей в качестве

своего вклада в достижение Парижского Климатического Соглашения» [4].

ESG-инвестирование предполагает заботу не только об окружающей среде, но и социальной ответственности компаний. Так, «...в начале 2021 г. компания Unilever, имеющая партнеров в 190 странах, объявила, что обяжет их платить своим сотрудникам зарплату не ниже минимума, который покрывает основные потребности семьи и помогает ей разорвать порочный круг бедности» [3].

Подтверждена позитивная связь между ответственным инвестированием и доходностью ценных бумаг. «Несмотря на то, что ESG-инвестирование не приносит баснословной прибыли, данный подход позволяет сформировать устойчивость показателей в долгосрочной перспективе. Так, общий ESG-индекс в развитых странах за десятилетие показал, что доходность составляет 11,5 %» [11].

Современный потребитель готов «...отказаться от бренда, работающего только ради денег, который не заботится о клиентах, влиянии на окружающую среду, внутреннем потреблении» [10]. Согласно данным исследования Edelman Trust Barometer, проведенного в 2020 г., таких потребителей было более 70 %. Среди приверженцев этой позиции большую часть составляли представители молодого поколения, родившиеся в конце XX столетия, готовые бороться с изменением климата, социальным неравенством в обществе, ущемлением прав и свобод [11].

Преобладание институциональных инвесторов усиливает социализацию инвестирования, превращая ответственное инвестирование в инструмент влияния, инструмент обеспечения конкурентного преимущества и повышения деловой репутации. Позиция инвесторов в отношении компаний все более ужесточается. Существует мнение, что ESG-фонды могут к 2025 г. обогнать традиционные фонды по численности.

Инвесторы, наращивая влияние и давление на компании, способствуют и изменению характера корпоративной собственности [12]. Компании, действующие в соответствии с принципами ESG, привлекают капитал и становятся способны обеспечить более устойчивый доход инвестору. Идет взаимное влияние: с одной стороны, растет ответственность компаний в соответствии с требованиями социализации инвестирования, с другой – собственники капитала, выстраивая свою деятельность на ESG-принципах, меняют условия привлечения капитала.

Для российских компаний этот тренд представляет очень серьезный вызов. Вот лишь пара примеров. В декабре 2020 г. представители третьего по размерам пенсионного фонда США заявили, что исключают из портфеля ценные бумаги нефтегазовых компаний, которые не выполняют выдвинутые ими экологические требования в течение ближайших четырех лет. В портфеле этого фонда есть

ценные бумаги российских компаний: ПАО «Новатэк», ПАО «НК «Роснефть», ПАО «Сургутнефтегаз» и ПАО «Татнефть». А в начале 2021 г. стало известно, что крупнейший в мире облигационный фонд PIMCO отказался приобретать социальные облигации ОАО «Российские железные дороги», т. к. в структуре грузоперевозок компании карбоносодержащие грузы составляют более 50 %.

Наметившееся изменение логики инвестирования бросает серьезный вызов российским компаниям и требует, надо полагать, усиления роли государства в части поддержки и поощрения ответственного инвестирования, улучшения законодательной базы в этом направлении.

### **Заключение**

В условиях глубокой перестройки экономических связей и отношений меняется основная цель современной компании. На первый план выходит гармонизация интересов всех участников рыночного процесса. Прослеживается четкая взаимосвязь между устойчивым развитием и деловой репутацией компании. Усиление социализации бизнеса проявляется в развитии тенденции учета ESG-факторов в оценке деятельности компании. Компании, придерживающиеся ESG-принципов, повышают свою репутацию в глазах заинтересованных сторон – стейкхолдеров. Выстраивание отношений со стейкхолдерами, учет их интересов, удовлетворение их потребностей – кратчайший путь к формированию положительной деловой репутации.

Многочисленных стейкхолдеров следует рассматривать как весомых и значимых участников корпоративных отношений, ожидающих выгоды от взаимодействия с компанией. И это не всегда экономические выгоды. На фоне усиления связи этических ценностей, деловой репутации и устойчивого развития взаимодействие со стейкхолдерами выходит на новый уровень, когда стейкхолдеры требуют от компании реализации на практике этического лидерства, учета в стратегии развития интересов всех стейкхолдеров. Заметна тенденция к усилению контроля со стороны стейкхолдеров над воздействием компании на природу и общество, более того, у стейкхолдеров появилась возможность наказания ее за «неискренние социальные инициативы». В этих условиях повышаются требования к качеству корпоративного управления, реализации принципов корпоративной социальной ответственности, деловой репутации компании.

Меняются условия привлечения капитала, необходимого для реализации поставленных стратегических и тактических задач. В акционерном капитале растет доля институциональных инвесторов, которые, выбирая объект инвестирования, предъявляют жесткие требования к компаниям в отношении соблюдения ими ESG-принципов, повышая тем самым ответственность компаний за результаты своего воздействия на природу

и общество. В свою очередь, компании, соблюдающие ESG-принципы, способны обеспечить более устойчивый доход за счет повышения своей деловой репутации.

Формирование инвестиционного имиджа, соответствующего ESG-принципам и способствующего привлечению капитала, должно начинаться внутри компании. Компания, проявляющая заботу о своей

деловой репутации, выстраивает собственный инвестиционный имидж на основе корпоративных ценностей и политики, набора определенных компетенций, культуры и обязательств перед сотрудниками, ответственного отношения к окружающей среде. Таким образом, на фундаменте ответственности и надежности компании инвестиционный имидж превращается в репутационный потенциал.

#### Список источников

1. Козлова Н. П. Особенности формирования деловой репутации современной компании: моногр. М.: ИТК «Дашков и К<sup>о</sup>», 2014. 376 с.
2. ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435> (дата обращения: 10.10.2021).
3. Беликов И. В. Три буквы, важные для инвестора. Как в России соответствовать современному принципу ESG. URL: <https://www.vtimes.io/2021/01/28/tri-bukvi-vazhnie-dlya-investorov-a2805> (дата обращения: 15.10.2021).
4. ESG-факторы в инвестировании (МИРБИС, июнь 2019 г.). URL: <https://www.pwc.ru/ru/sustainability/assets/pwc-responsible-investment.pdf> (дата обращения: 05.10.2021).
5. Advancing environmental, social, and governance investing. A holistic approach for investment management firms, Deloitte, February 20, 2020. URL: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/esg-investing-performance.html> (дата обращения: 05.11.2021).
6. Catherine M. Paul, Donald Siegel. Corporate social responsibility and economic performance // *Journal of Productivity Analysis*, Springer, 2006. Vol. 26 (3). P. 207–211.
7. Baron D. P. Private Politics, Corporate Social Responsibility and Integrated Strategy // *Journal of Economics and Management Strategy*. 2001. N. 10. P. 7–45.
8. Mark Bagnoli, Susan G. Watts. Selling to Socially Responsible Consumers: Competition and The Private Provision of Public Goods // *Journal of Economics and Management Strategy*, 2003. Vol. 12 (3). P. 419–445.
9. Simmons C. J., Becker-Olsen K. When do Social Sponsorship Enhance or Dilute Equity? Fit, Message Source and the Persistence of Effect // *Advances in consumer research*. Association for Consumer Research (U.S.). 2004. N. 29 (1). P. 287–289.
10. ESG-инвестиции и развитие ответственного инвестирования в мире. URL: <https://life.akbars.ru/pf/ESG-principy-v-investirovanii> (дата обращения: 14.09.2021).
11. Волчихин К. ESG в инвестировании: что это и почему стоит инвестировать. URL: <https://kakrasti.ru/investisii/esg-v-investirovanii-cto-eto-i-pochemu-stoit-investirovat/> (дата обращения: 25.09.2021).
12. Беляева И. Ю., Данилова О. В. Корпоративные стратегии и технологии в условиях глобальных вызовов: моногр. М.: Кнорус, 2021. 512 с.

#### References

1. Kozlova N. P. *Osobennosti formirovaniia delovoi reputatsii sovremennoi kompanii: monografiia* [Features of forming business reputation of modern company: monograph]. Moscow, ИТК «Dashkov i Ko», 2014. 376 p.
2. *ESG-printsipy: chto eto takoe i zchem kompaniiam ikh sobliudat'* [ESG principles: what they are and why companies should comply with them]. Available at: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435> (accessed: 10.10.2021).
3. Belikov I. V. *Tri bukvy, vazhnye dlia investora. Kak v Rossii sootvetstvovat' sovremennomu printsipu ESG* [Three letters important for investor. How to comply with modern ESG principle in Russia]. Available at: <https://www.vtimes.io/2021/01/28/tri-bukvi-vazhnie-dlya-investorov-a2805> (accessed: 15.10.2021).
4. *ESG-factory v investirovanii (MIRBIS, iun' 2019 g.)* [ESG factors in investment (MIRBIS, June 2019)]. Available at: <https://www.pwc.ru/ru/sustainability/assets/pwc-responsible-investment.pdf> (accessed: 05.10.2021).
5. Advancing environmental, social, and governance investing. *A holistic approach for investment management firms*, Deloitte, February 20, 2020. Available at: <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/industry/financial-services/esg-investing-performance.html> (accessed: 05.11.2021).
6. Catherine M. Paul, Donald Siegel. Corporate social responsibility and economic performance. *Journal of Productivity Analysis*, Springer, 2006, vol. 26 (3), pp. 207-211.
7. Baron D. P. Private Politics, Corporate Social Responsibility and Integrated Strategy. *Journal of Economics and Management Strategy*, 2001, no. 10, pp. 7-45.
8. Mark Bagnoli, Susan G. Watts. Selling to Socially Responsible Consumers: Competition and The Private Provision of Public Goods. *Journal of Economics and Management Strategy*, 2003, vol. 12 (3), pp. 419-445.
9. Simmons C. J., Becker-Olsen K. When do Social Sponsorship Enhance or Dilute Equity? Fit, Message Source and the Persistence of Effect. *Advances in consumer research*. Association for Consumer Research (U.S.), 2004, no. 29 (1), pp. 287-289.
10. *ESG-investitsii i razvitie otvetstvennogo investirovaniia v mire* [ESG investments and development of world responsible investment]. Available at: <https://life.akbars.ru/pf/ESG-principy-v-investirovanii> (accessed: 14.09.2021).
11. Volchikhin K. *ESG v investirovanii: chto eto i pochemu stoit investirovat'* [ESG in investing: what is it and why is it worth investing]. Available at: <https://kakrasti.ru/investisii/esg-v-investirovanii-cto-eto-i-pochemu-stoit-investirovat/> (accessed: 25.09.2021).
12. Beliaeva I. Iu., Danilova O. V. *Korporativnye strategii i tekhnologii v usloviakh global'nykh vyzovov: monografiia* [Corporate strategies and technologies in terms of global challenges: monograph]. Moscow, Knorus Publ., 2021. 512 p.

Статья поступила в редакцию 29.11.2021; одобрена после рецензирования 02.12.2021; принята к публикации 08.12.2021  
The article was submitted 29.11.2021; approved after reviewing 02.12.2021; accepted for publication 08.12.2021

**Информация об авторах / Information about the authors**

**Ирина Юрьевна Белыева** — доктор экономических наук, профессор; научный руководитель департамента корпоративных финансов и корпоративного управления, факультета экономики и бизнеса; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; Москва, Ленинградский проспект, 49; [ibelyaeva@fa.ru](mailto:ibelyaeva@fa.ru)

**Irina Yu. Belyaeva** — Doctor of Economics, Professor; Scientific Supervisor of the Department of Corporate Finance and Corporate Governance, Faculty of Economics and Business; Financial University under the Government of the Russian Federation; Moscow, Leningradsky Prospect, 49; [ibelyaeva@fa.ru](mailto:ibelyaeva@fa.ru)

**Надежда Павловна Козлова** — кандидат экономических наук, доцент; доцент департамента логистики и маркетинга; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; Москва, Ленинградский проспект, 49; [Nadezda5665@yandex.ru](mailto:Nadezda5665@yandex.ru)

**Nadezhda P. Kozlova** — Candidate of Economics, Assistant Professor; Assistant Professor of the Department of Logistics and Marketing; Financial University under the Government of the Russian Federation; Moscow, Leningradsky Prospect, 49; [Nadezda5665@yandex.ru](mailto:Nadezda5665@yandex.ru)

**Ольга Викторовна Данилова** — доктор экономических наук, профессор; профессор департамента корпоративных финансов и корпоративного управления; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации; Москва, Ленинградский проспект, 49; [daniilovaov@yandex.ru](mailto:daniilovaov@yandex.ru)

**Olga V. Danilova** — Doctor of Economics, Professor; Professor of the Department of Corporate Finance and Corporate Governance; Financial University under the Government of the Russian Federation; Moscow, Leningradsky Prospect, 49; [daniilovaov@yandex.ru](mailto:daniilovaov@yandex.ru)

