**Как участие в корпоративных рейтингах влияет на эффективность российских компаний?**

Макеева Е.Ю., Попов К.А.

факультет экономических наук,

Школа финансов,

лаборатория корпоративных финансов

НИУ ВШЭ

Корпоративные рейтинги отражают социально-экономическую репутацию компаний и позволяют определить на сколько компании соответствуют целям устойчивого развития и, соответственно, позволяют повысить социально-экономическую оценку региона. Исследуя актуальность вопроса о влиянии репутации и отражающих ее рейтингов на эффективность российских компаний реального сектора, следует отметить, что в существующей научной литературе этому вопросу уделено недостаточно внимания. При этом данное направление имеет высокое прикладное значение для российских компаний. Особенно актуальной эта проблема становится в условиях макроэкономической нестабильности, когда репутация компании, влияющая на условия ее деятельности с позиции взаимодействия с основными стейкхолдерами, может повлиять на ее конкурентоспособность.

На примере 130 крупных российских публичных компании реального сектора проведено исследование влияние четырех рейтингов (рейтинг устойчивого развития РСПП, рейтинг экологической ответственности от WWF, рейтинг ассоциации менеджеров России, рейтинг корпоративной прозрачности от Да-стратегии) на эффективность деятельности компаний.

В ходе проведения исследования удалось получить ряд значимых результатов, позволяющих выявить степень влияния рейтингов на эффективность российских компаний реального сектора.

Во-первых, максимальное положительное влияние репутационные рейтинги оказывают на показатели Return on Assets (ROA) и рыночной капитализации компании. Это означает, что российские компании получают дополнительную доходность от участия в рейтингах.

Во-вторых, были выявлены различия во влиянии разных рейтингов. Так, вхождение компании в число лидеров рейтинга РСПП демонстрирует стейкхолдерам, что компания «качественная», и это повышает ее инвестиционную привлекательность, а также привлекательность для сотрудников и для бизнес-партнеров, улучшая условия функционирования компании.

Для рейтинга корпоративной экологической ответственности от WWF Russia влияние кардинально отличается, более значительное положительное влияние как на ROA, так и на капитализацию компании оказывает сам факт участия компании в рейтинге. Это может быть результатом того, что в рейтинг входят только те компании, которые уже соответствуют высоким стандартам WWF в части отчетности и управления воздействием на окружающую среду.

Влияние рейтинга менеджеров в сфере КСО от Ассоциации менеджеров России на капитализацию компании значительно выше, чем у остальных рейтингов.

В целом проведенное исследование позволило определить необходимость расширения практики участия российских компаний в корпоративных рейтингах и повышать устойчивое развитие регионов в целом.

**Список литературы:**

*Анкудинов А. Б., Борисов Д. М.* Корпоративная социальная ответственность как фактор долгосрочного роста // Journal of New Economy ("Известия Уральского государственного экономического университета" до 2019 г.) – 2013. – Т.45, №1. – С. 109-114.

*Гизатуллин А. В.* Корпоративное управление, социальная ответственность и финансовая эффективность компании//Российский журнал менеджмента. – 2007. – том 5, № 1. – С. 35-66.

*Карминский А.М., Трофимова Е.В.* Роль рейтингов в развитии бизнес-процессов российских банков. // Вестник МГИМО Университета. – 2011. - № 4. – С. 12-26.

*Кельчевская Н. Р., Черненко И. М., Попова Е.В.* Влияние корпоративной социальной ответственности на инвестиционную привлекательность российских компаний// Экономика региона. – 2017. – Т.13, вып.1. – С. 157-169.

*Altman E. I., Hotchkiss E. S.* Corporate Financial Distress and Bankruptcy: Predict and avoid bankruptcy, analyze and invest in distressed debt. 3rd edition. – Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2006. – 368 p.

*Bénabou R., Tirole J.* Individual and corporate social responsibility // Economica. – 2010. – Vol.77,iss.305. – P.1–19. – doi.org/10.1111/j.1468-0335.2009.00843.x.

*Bowman Е. H., Mason Н.* A strategic posture toward corporate social responsibility // California Management Review. – 1975. – Vol.18. – P.49-58. – doi.org/[10.2307/41164638](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.2307%2F41164638).

*Cao Y., Myers L. A., Omer T. C.* Does company reputation matter for financial reporting quality: Evidence from restatements // Contemporary Accounting Research. – 2011. – Vol.29,iss.3. – P.956-990. – doi.org/[10.2139/ssrn.1317343](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.2139%2Fssrn.1317343).

*Carini C., Comincioli N., Poddi L., Vergalli S.* Measure the performance with the Market Value Added: Evidence from CSR companies // MDPI Journal. – 2017. – Vol.9,iss.12. – P.1-19. – doi.org/10.3390/su9122171.

*Chernev A., Blair S.* Doing well by doing good: the benevolent halo of corporate social responsibility // Journal of Consumer Research. – 2015. – Vol.41,iss.6. – P.1412-1425. – doi.org/10.1086/680089.

*Delcoure N.* The determinants of capital structure in transitional economies // International Review of Economics and Finance. – 2007. – Vol.16,iss.3. – P.400-415. – doi.org/[10.1016/j.iref.2005.03.005](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1016%2Fj.iref.2005.03.005).

*Fombrun C. J., Rindova V. P.* Who's tops and who decides? The social construction of corporate reputations // Working Paper. New York University, Stern School of Business. – 1996.

*Flatt S. J., Kowalczyk S. J.* Do corporate reputations partly reflect external perceptions of organizational culture? // Corporate Reputation Review. – 2003. – Vol.3,iss.4. – P.351–358. – doi.org/10.1057/palgrave.crr.1540125

*Huynh Q.L.* Earnings quality with reputation and performance // Asian Economic and Financial Review. – 2018. – Vol.8,iss.2. – P.269-278. – doi.org/[10.18488/journal.aefr.2018.82.269.278](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.18488%2Fjournal.aefr.2018.82.269.278)

.

*Krueger P.* Corporate Goodness and Shareholder Wealth // Journal of Financial Economics. – 2015. – Vol.115,iss.2. – P.304-329. – doi.org/[10.2139/ssrn.2287089](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.2139%2Fssrn.2287089).

*Luchs, C., Stuebs M., Sun L.* Corporate reputation and earnings quality // Journal of Applied Business Research. – 2009. – Vol.25,iss.4. – P.47-54. – doi.org/[10.19030/jabr.v25i4.1016](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.19030%2Fjabr.v25i4.1016).

*Min M., Desmoulins-Lebeault F., Esposito M.* Should pharmaceutical companies engage in corporate social responsibility? // Journal of Management Development. – 2017. – Vol.36,iss.1. – P.58-70. – doi.org/[10.1108/JMD-09-2014-0103](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1108%2FJMD-09-2014-0103).

*Tan H.S.* Does the reputation matter: Corporate reputation and earnings quality // Journal of Modern Accounting & Auditing. – 2008. – Vol.4,iss.8. – P.53-70. – doi.org/[10.2139/ssrn.1013127](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.2139%2Fssrn.1013127).

*Sackley H.W., Vashakmadze T.T.* The enhancement of equity valuations in developed and emerging markets through the use of sustainable investment indicators // Journal of Corporate Finance Research. – 2014. – Vol.8,iss.2. – P.54-58. – doi.org/[10.17323/j.jcfr.2073-0438.8.2.2014.54-58](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.17323%2Fj.jcfr.2073-0438.8.2.2014.54-58).

*Sen S., Bhattacharya C., Korschun D.* The role of corporate social responsibility in strengthening multiple stakeholder relationships: A field experiment // Journal of the Academy of Marketing Science. – 2006. – Vol.34,iss.2. – P.158–166. – doi.org/10.1177/0092070305284978.

*Smith N.C.* Corporate social responsibility: whether or how? // California Management Review. – 2003. – Vol.45,iss.4. – P.52-76.

*Wang Y.-S., Chen Y.-J.* Corporate social responsibility and financial performance: Event study cases // Journal of Economic Interaction and Coordination. – 2017. – Vol.12,iss.2 – P.193-219. – do.org/[10.1007/s11403-015-0161-9](https://www.researchgate.net/deref/http%3A%2F%2Fdx.doi.org%2F10.1007%2Fs11403-015-0161-9).