
ВЗАИМОСВЯЗЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ

Матвеева Яна Андреевна, асп.

Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук, ул. Московская, 29, Екатеринбург, Россия, 620014; e-mail: 117995679@mail.ru

Цель: рассмотрение взаимодействия конкурентоспособности и корпоративной социальной ответственности (далее КСО) как основы для создания эффективного и открытого взаимодействия бизнеса, общества и государства. *Обсуждение:* ответственное поведение компании является одним из мощных факторов развития конкуренции, также роста рыночной капитализации компании и вместе с тем укрепления деловой репутации. Воздействие корпоративной социальной ответственности на конкурентоспособность компании характеризуется косвенным характером и задержкой во времени. *Результаты:* в статье сформирована концептуальная модель воздействия корпоративной социальной ответственности на конкурентоспособность компании. На основе детального рассмотрения отдельных составляющих концептуальной модели воздействия корпоративной социальной ответственности на конкурентоспособность компании сформулировано понятие конкурентоспособной КСО как ответственной деятельности компании, которая осуществляется в соответствии с требованиями законодательства и способствует повышению её репутации, прозрачности бизнеса, снижению рисков, росту стоимости компании, в целом увеличивая интеллектуальный капитал и формируя долгосрочные конкурентные преимущества.

Ключевые слова: конкурентоспособность, корпоративная социальная ответственность, конкурентные преимущества, нефинансовая отчетность, стейкхолдеры.

DOI: 10.17308/meps.2017.3/1629

1. Введение

Развитие конкурентоспособности российских предприятий в современных экономических условиях требует поиска и создания нового уровня взаимодействия бизнеса и власти. В условиях жесткой конкуренции бизнес вынужден выстраивать систему своей защиты с целью положительного

позиционирования перед обществом и государством путем объединения в консолидированные структуры. Данные бизнес-структуры должны обеспечить многофакторную, открытую и гибкую систему взаимодействия бизнеса и власти на доверительной цивилизованной основе для эффективного функционирования предприятий и повышения их конкурентоспособности. Выстраивая современную модель взаимодействия бизнеса и общества с позиции доверия к ней населения и различных общественных структур, необходимо обратиться к социальной ответственности предприятий как форме открытой корпоративной отчетности, которая обеспечивает информационную прозрачность компании. Именно корпоративная социальная ответственность (далее КСО) создает основу эффективного и открытого взаимодействия бизнеса, общества и государства. Ответственное поведение компании является одним из мощных факторов развития конкуренции, также роста рыночной капитализации компании и вместе с тем укрепления деловой репутации. Именно поэтому вопросам корпоративной социальной ответственности (далее КСО) уделяется все больше внимания в бизнес-среде.

2. Концептуальная модель воздействия корпоративной социальной ответственности (КСО) на конкурентоспособность компании

КСО как элемент корпоративного управления подразумевает получение экономической социальной и экологической результативности в контексте устойчивого развития и является частью стратегического планирования и управления компанией. Анализ литературы по вопросам исследования взаимовлияния корпоративной социальной ответственности и конкурентоспособности компаний показал отсутствие общепринятой модели воздействия и практически полное отсутствие эмпирических исследований данной проблематики.

Так, например, в широко цитируемом исследовании в форме анкетного опроса представителей бизнеса, проведенном комиссией Евросоюза, отмечается, что «хотя большая часть респондентов считает, что реализация принципов КСО оказывает положительное влияние на конкурентоспособность, особенно в долгосрочном периоде, тем не менее не могут привести количественные оценки, характеризующие этот эффект» [17].

Аналогичные результаты содержатся в «Докладе о социальных инвестициях в России – 2014», где почти половина респондентов отметила, получение долгосрочных конкурентных преимуществ в качестве основной цели реализации стратегии компании в области корпоративной социальной ответственности [10]. Следовательно, бизнес в целом осознает наличие воздействия КСО на конкурентоспособность компании, при этом оценить это воздействие не представляется возможным.

В России формирование системы КСО с учетом влияния на конкурентные преимущества осложняется традиционной трактовкой КСО как генератора в первую очередь «социальной» ценности и делегирование полномо-

чий по реализации корпоративной стратегии в области КСО департаментам по связям с общественностью и департаменту по управлению персоналом [12].

Воздействие корпоративной социальной ответственности на конкурентоспособность компании характеризуется косвенным характером и задержкой во времени. Анализ исследований по эффективности социальных инвестиций позволил составить концептуальную схему воздействия КСО на конкурентоспособность компании (рис. 1).

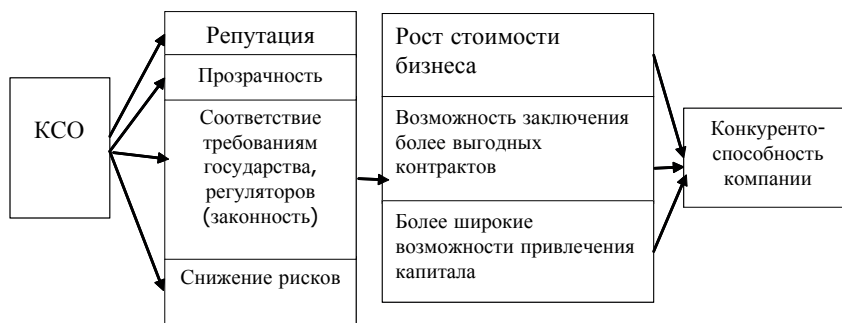


Рис. 1. Концептуальная модель воздействия корпоративной социальной ответственности (КСО) на конкурентоспособность компании

Более детальное описание отдельных элементов данной концептуальной модели представлено ниже.

3. Воздействие КСО на репутацию компании

Среди всех видов влияния КСО на деятельность компании воздействие на репутацию компании является наиболее очевидным. Так, в уже упомянутом ранее «Докладе о социальных инвестициях в России – 2014» поддержание репутации в среднесрочной перспективе является основной целью реализации стратегии компании в области КСО и взаимодействия заинтересованными сторонами, одной из основных целей корпоративной благотворительности [10].

Репутацию компании рассматривают чаще всего как нематериальный актив, формирующийся в течение длительного времени, представляющий собой оценочное суждение о компании [16]. Корпоративная репутация складывается из репрезентации прошлого компании и восприятия перспектив её будущего. Компании осознанно стремятся к формированию хорошей репутации – увеличению репутационного капитала, поскольку хорошая репутация дает компании целый ряд преимуществ [5]:

- придание дополнительно психологической ценности товарам и услугам;
- способствует выбору покупателя между функционально идентичными товарами/услугами;
- способствует увеличению удовлетворения, получаемого от работы сотрудниками компании;

- позволяет привлечь в компанию квалифицированный персонал;
- способствует популярности новых товаров/услуг;
- способствует сокращению потерь в случае кризиса.

Следовательно, хорошая репутация создает дополнительную ценность компании и оказывает влияние на её конкурентоспособность.

Финансирование деятельности компании в сфере КСО оказывает положительное влияние на её репутацию, прежде всего, посредством удовлетворения интересов внешних стейкхолдеров, прежде всего общества на территориях присутствия компании. Помимо этого, воздействие КСО на репутацию компании испытывает влияние оппортунистического поведения менеджеров, описанное в работе Л. Престона и Д. О'Баннона, при котором компания с высоким уровнем социальной эффективности может позволить себе игнорировать интересы отдельных стейкхолдеров и, наоборот, в случае просчетов менеджмента компания вкладывает средства в громкие репутационные проекты, пытаясь отвлечь внимание от ухудшающегося финансового положения [7].

4. Воздействие КСО на прозрачность деятельности компании

Деятельность в сфере КСО компании раскрывают в нефинансовой отчетности, которая содержит комплексный анализ деловой практики. Наличие нефинансовой отчетности существенно увеличивает прозрачность деятельности организации. Нефинансовый отчет представляет собой официально опубликованный компанией документ, предназначенный для всех заинтересованных сторон, в котором она освещает свою деятельность в области КСО.

Как правило, нефинансовая отчетность является годовой и содержит информацию о стратегии КСО во взаимосвязи со стратегией развития компании, об описании этических принципов ведения бизнеса и их соблюдении, качестве корпоративного управления, мероприятиях по экологии и охране окружающей среды, управлению персоналом, соблюдению прав человека, поддержке местных сообществ, повышению качества продукции и услуг, представлению вклада компании в развитие общества на территориях её присутствия.

Вся информация, содержащаяся в нефинансовой отчетности, может быть сведена к трем группам факторов – экологическим, социальным и корпоративного управления (*environmental, social, governance*), поэтому в международном сообществе нефинансовую отчетность называют ESG-отчетность.

В последние годы все больше компаний во всем мире составляют нефинансовую отчетность. Так, в настоящее время крупнейшая мировая онлайн-база нефинансовой отчетности – www.corporateregister.com – содержит 82670 нефинансовых отчетов, предоставленных 13 786 компаниями, при этом количество отчетов ежегодно растет (рис.2).

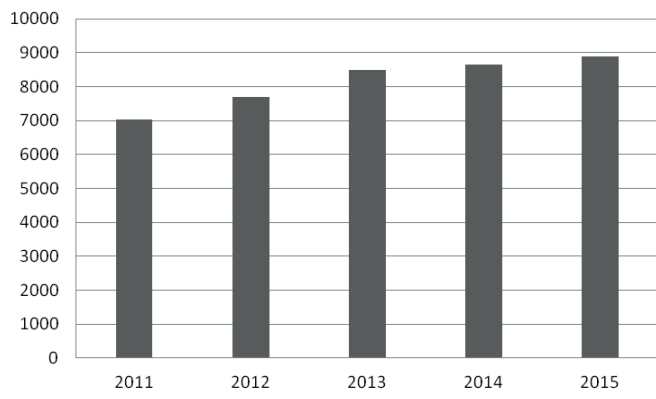


Рис. 2. Количество нефинансовых отчетов, зарегистрированных на www.corporateregister.com

Основной базой, содержащей нефинансовую отчетность компаний, работающих в России, являются Национальный регистр и электронная Библиотека корпоративных нефинансовых отчетов Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП). Анализ динамики предоставления нефинансовой отчетности (рис. 3) показал, что максимальное количество отчетов было представлено в 2013 г., после чего сократилось в 2014 и 2015 гг. Возможной причиной того стало усложнение экономической ситуации, следствием чего является сокращение затрат в том числе и на мероприятия КСО. Аналогичная ситуация наблюдалась в 2007-2009 гг. При этом анализ отчетов позволяет сделать вывод о том, что объем и качество информации по вопросам КСО в целом возрастает.

Анализ отраслевой принадлежности компаний, предоставляющих нефинансовую отчетность (рис. 4), показал, что лидерами по предоставлению нефинансовой отчетности являются компании энергетической промышленности. Всего суммарная доля четырех промышленных отраслей (энергетической, нефтегазовой, металлургической и горнодобывающей) составляет около половины всех компаний, предоставляющих нефинансовую отчетность.

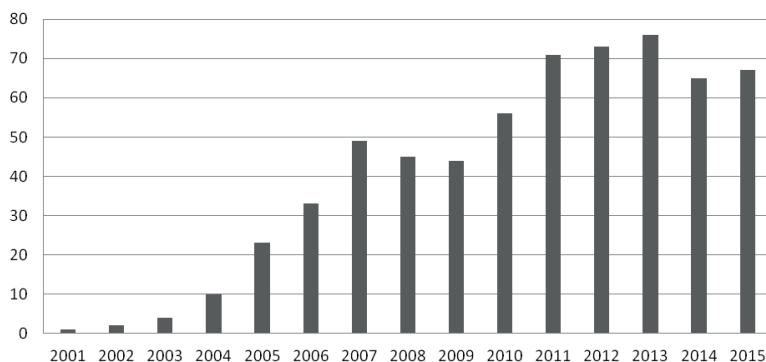


Рис. 3. Количество нефинансовых отчетов, представленных в Национальном регистре и Библиотеке корпоративных нефинансовых отчетов РСПП

Источник: составлено автором на основе данных rspp.ru.

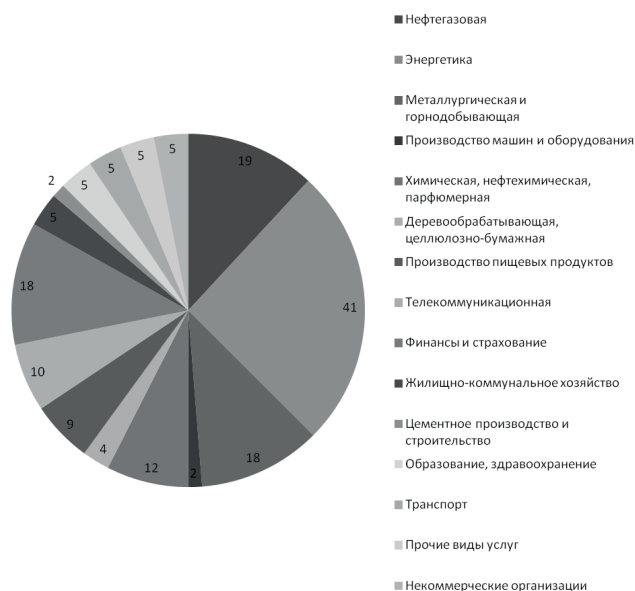


Рис. 4. Количество компаний, публикующих нефинансовую отчетность по отраслям

Источник: составлено автором на основе данных gspp.ru.

Одной из причин, объясняющих всемирный рост интереса к нефинансовой отчетности компаний, является влияние нефинансовой отчетности на возможность привлечения инвесторов и, как следствие, на стоимость компании. В последние годы инвесторы на рынке уделяют все больше информации нефинансовым факторам, которые раскрываются в нефинансовой отчетности.

В 2014 г. появилась директива ЕС о раскрытии нефинансовой отчетности (Directive 2014/95/EU), а в 2015 г. появилось сразу два документа, содержащих рекомендации для биржевых площадок по раскрытию показателей КСО эмитентами:

1. Model Guidance on Reporting ESG Information to Investors. Разработчик United Nations Sustainable Stock Exchange Initiative (SSE).

2. Exchange Guidance and Recommendations on Sustainability. Разработчик Sustainability Working Group WFE.

Так, в Model Guidance on Reporting ESG Information to Investors отмечается, что институциональные инвесторы предъявляют высокие требования к государственным и частным компаниям относительно раскрытия ими информации по ESG-аспектам и, несмотря на различия в информационных потребностях у различных инвесторов, ESG-факторы повсеместно учитываются в процессе принятия инвестиционных решений [13].

5. Нефинансовая отчетность как инструмент достижения стратегических целей компании

Данное руководство также содержит перечень основных целей,

которые может достичь компания посредством создания и размещения ESG-отчетов [17]:

1. Доступ к капиталу:

1.1. Демонстрация прозрачности и эффективного управления повышает способность компании привлекать долгосрочный капитал и возможность благоприятных условий финансирования;

1.2. Повышает способность компании привлекать институциональных инвесторов, например, инвестиционные фонды;

2. Прибыльность и рост:

2.1. Формирование финансовой ценности для компании путем выявления возможностей для экономии средств, получения доходов и снижения рисков;

2.2. Побуждение к постоянному совершенствованию путем формирования системы подотчетности и укрепления сотрудничества с заинтересованными сторонами;

2.3. Более глубокое понимание потребностей заинтересованных сторон, которые могли бы способствовать внедрению инноваций и повышению дифференциации рынка и конкурентоспособности;

2.4. Более глубокое изучение возможностей и рисков, связанных с ESG-факторами, и коррекция целей в масштабах компании;

2.5. Включение управления и платы изученности возможностей и рисков ESG, а также воздействие в масштабах всей компании на выравнивание целей;

3. Управление рисками и комплаенс:

3.1. Соблюдение обязательных требований к отчетности и снижение рисков, связанных с обязательствами по раскрытию информации;

3.2. Сохранение лидерства компании в вопросах следования правилам раскрытия информации по ESG-факторам;

3.3. Сохранение возможности компании осуществлять свою деятельность (защита лицензии) путем демонстрации корпоративной прозрачности и реагирования на потребности заинтересованных сторон;

4. Корпоративная репутация и брендинг:

4.1. Демонстрация корпоративных обязательств ответственного управления экологическими, социальными, экономическими последствиями своей деятельности;

4.2. Демонстрация приверженности компании международным и национальным этическим нормам;

4.3. Повышение корпоративной репутации за счет улучшения восприятия компании заинтересованными сторонами посредством размещения отчетов по выполнению обязательств, связанных с заинтересованными сторонами;

4.4. Улучшение отношения к сотрудникам компании, что помогает привлекать, удерживать и мотивировать существующих и новых сотрудников компании;

5. Поток информации:

5.1. Позволяет убедиться, что ключевые стейкхолдеры компании обладают информацией, необходимой для принятия обоснованных решений, связанных со способностью компании создавать ценность в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе;

6. Расширение взаимодействия с инвесторами посредством привлечения их в процесс отчетности.

7. Измеримость достижений:

7.1. Качественная отчетность позволяет измерить прогресс в достижении корпоративных целей, связанных с ESG-факторами, и воздействия на них корпоративной практики.

Подтверждением роста интереса к раскрытию нефинансовой отчетности также является рекомендация по созданию интегрированного годового отчета, объединяющего финансовый и нефинансовый, в новом поколении руководства GRI (G4). Существует ряд эмпирических исследований на основе данных развитых рынков, подтверждающих положительное влияние раскрытия информации по ESG-факторам на стоимость компании. Аналогичные исследования, проведенные на выборке российских компаний, отсутствуют.

Одной из первых работ в данном направлении было исследование Д.М. Паттена, который сравнил доходность и объем торгов американских публичных компаний, которые раскрывали информацию по соблюдению принципов уважения прав человека и равных возможностей для всех народов (так называемые принципы Салливана) с компаниями, не раскрывающими подобную информацию. Результаты исследования показали, инвесторы учитывают информацию, связанную с КСО при принятии инвестиционных решений [4].

В работе Д. Кормьера, М. Ледокса и М.Магнана [3] были проанализированы корпоративные сайты 189 котируемых канадских компаний, суммарная капитализация которых составляет 80% национального фондового рынка. Раскрытие информации на корпоративном сайте рассматривается с нескольких точек зрения: информация, связанная с производственной, социальной и финансовой деятельностью компании. Было выявлено, что раскрытие информации, связанной с социальной деятельностью, оказывает положительное влияние на стоимость компании.

В исследовании Л. Бечети, Р. Цициретти, И.Хасана и Н. Кобейси был проведен анализ динамики цены акций при исключении компании из индекса раскрытия ESG-информации. В результате было показано, что после объявления об исключении компании из индекса на рынке наблюдается аномальное снижение доходности её ценных бумаг [2].

Российский исследователь Т. Вашакмадзе на выборке американских публичных компаний показал наличие положительной взаимосвязи между индексом раскрытия информации ESG Disclosure Score, рассчитанным компанией Bloomberg и стоимостным показателем экономической добавленной стоимости (EVA) [11].

Следовательно, можно утверждать, что повышение степени открытости компании посредством размещения нефинансовых отчетов оказывает положительное влияние на рост стоимости компании и в конечном итоге на конкурентоспособность.

6. Влияние КСО на легитимность деятельности компании

С раскрытием нефинансовой отчетности связано и влияние деятельности компании в сфере КСО на уровень законности её деятельности. На основе данных отчетов можно сделать выводы о том, насколько деятельность компании соответствует законодательным нормам, а в некоторых случаях превосходит их. Такие аспекты КСО компании как раскрытие информации по соблюдению прав человека, охране окружающей среды, условиям труда, антикоррупционной деятельности все чаще находят отражение в законодательных требованиях или правилах (например, правилах листинга на биржевых площадках).

С каждым годом увеличивается число стран, в которых приняты требования о необходимости нефинансовой отчетности. Так, например, во Франции, Дании и ЮАР введены обязательные требования к публикации отчетности по ESG-факторам, её публикуют практически все компании. Во многих странах применяется подход «отчитывайся или объясняй, почему не отчитываешься», в ряде стран обязательность раскрытия относится к транснациональным компаниям и компаниям с госучастием [15].

В России в настоящее время отсутствуют требования об обязательности публикации нефинансовой отчетности, тем не менее существует ряд документов, содержащих рекомендации по ответственной деловой практике:

– стандарт ГОСТ Р ИСО 26000:2012 «Руководство по социальной ответственности», утверждённый Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии 29 ноября 2012 г. № 1611-ст и введённый в действие 15 марта 2013 г. Стандарт идентичен международному ISO 26000:2010 Guidance on Social Responsibility и содержит рекомендации по интеграции принципов социальной ответственности в бизнес-процессы на всех уровнях управления компанией и во всех областях деятельности;

– рекомендации РСПП по самооценке компаний по соответствию российскому стандарту. В результате применения рекомендаций компании могут дать обоснованный ответ на вопросы соответствия представлений компании в области КСО, признанным в мире концепциям; определить «точки роста»; уточнить содержание и форматы коммуникации с заинтересованными сторонами [9];

– новая редакция Кодекса корпоративного управления содержит ра-

мочные рекомендации о том, что компаниям рекомендуется раскрывать сведения в области социальной и экологической ответственности, а именно: 1) политику общества в социальной и экологической сфере, включая описание кадровой и социальной политики общества, социальном развитии, охране здоровья работников, их профессиональном обучении, обеспечении безопасности труда; сведения о политике общества в области охраны окружающей среды и экологической политике общества; 2) отчет общества об устойчивом развитии, составленный в соответствии с международно-признанными стандартами [14].

Таким образом, отчетность о деятельности в сфере КСО может рассматриваться в качестве инструмента комплаенс-контроля.

Д.Шеффер и К.Каеб выделяют пять уровней рассмотрения КСО как инструмента комплаенса для транснациональных компаний [8]:

1. Риторический уровень. Номинальное признание важности деятельности в сфере КСО.
2. Саморегулирование в соответствии со стандартами и кодексами.
3. Соблюдение международного и национального законодательства, в том числе в судебных разбирательствах.
4. Комплаенс-стратегия по управлению и минимизации рисков
5. Контратака. Этот уровень характеризуется проактивными действиями компаний в области КСО. Например, когда компания сама выступает за соблюдение прав человека.

Как отмечают исследователи, нахождение компании на пятом уровне представляет собой определенный вызов для компании.

Следовательно, деятельность компании в сфере КСО расширяет возможности компании по привлечению капитала на фондовых площадках, институциональных инвесторов, а в отдельных случаях создает возможности для дополнительного роста бизнеса, например, посредством заключения госконтрактов.

7. Воздействие КСО на снижение рисков

КСО как фактор снижения рисков может рассматриваться с двух сторон – как деятельность компаний, направленная на снижение рисков, и как способ потенциальных инвесторов оценить риски, связанные с вложениями в данную компанию. Деятельность компании в сфере КСО способствует снижению рисков, связанных с ESG-факторами, в том числе рисков несоответствия законодательству и прочих рисков, связанных со стейкхолдерами.

В Кодексе корпоративного управления содержится рекомендация о том, что Совету директоров рекомендуется оценивать в числе нефинансовых рисков операционные, социальные, этические и экологические риски [1].

Результаты международного исследования «Expectations of Risk Management Outpacing Capabilities – It's Time For Action», проведенного Economist Intelligence Unit в декабре 2012 года, содержащее ответы более

1000 респондентов из Западной Европы, Азиатско-Тихоокеанского регионов, Среднего Востока, Северной и Латинской Америки демонстрируют, что компании выделяют репутационный риск как наиболее существенный для деятельности компании. К числу существенных также относят риск разногласий с местным сообществом (утраты «социальной лицензии»)[6].

Аналогичное исследование, проведенное на выборке российских компаний, показывает существенную недооценку данных рисков. Так, исследование КПМГ показало, что лишь 2% респондентов выделяют репутационный риск в качестве существенного, а риск разногласий с местным сообществом вообще не рассматривается в числе ключевых. Это говорит о существенной недооценке данных рисков и возможности их воздействия на устойчивое развитие компании в будущем [15].

Отчетность о деятельности компании в сфере позволяет потенциальным инвесторам оценить риски финансирования. При этом требуется сопоставлять анализируемую компанию с ей подобными и лидерами, переводя разговоры о КСО в сферу конкретных, сравнимых и верифицируемых показателей. Для этой цели используются рейтинги КСО.

В настоящее время существует более 150 независимых рейтингов оценки деятельности компании в сфере КСО, отличающихся по критериям оценки, составу показателей и тематическому охвату. Широко известны рейтинги таких агентств, как Bloomberg и Thomson Reuters.

Количество и разнообразие рейтингов столь велико, что появилась GISR (Global Initiative for Sustainability Ratings) – глобальная инициатива по рейтингу рейтингов устойчивого развития, которая разрабатывает эталонные подходы и общие принципы, предполагая в перспективе сертифицировать рейтинговые организации.

8. Заключение

Возвращаясь к концептуальной модели, можно сделать обоснованный вывод о том, что эффективная деятельность компании в сфере КСО способствует росту стоимости бизнеса, расширяет возможности по привлечению финансирования и дает возможность повышения финансовой результативности посредством заключения более выгодных контрактов. Следовательно, повышается конкурентоспособность продукции компании, её конкурентоспособность на рынке привлечения капитала, конкурентоспособность как работодателя и контрагента.

Однако только эффективная деятельность в сфере КСО оказывает благотворное влияние на конкурентоспособность. Таким образом, следует более точно определить конкурентоспособную КСО с позиции концептуальной модели воздействия. Конкурентоспособной КСО является ответственная деятельность компании, которая осуществляется в соответствии с требованиями законодательства и способствует повышению её репутации, прозрачности бизнеса, снижению рисков, увеличивает стоимость компании.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Azapagic A. Systems approach to corporate sustainability: a general management framework. *Process Safety and Environmental Protection*, 2003. no. 81(5), pp. 303-316.
2. Becchetti L., Ciciretti R., Hasan I., Ko-beissi N. Corporate social responsibility and share holder's value // *Journal of Business Research*, 2012, vol. 65, no. 11, pp. 1628-1635.
3. Cormier D., Ledoux M., Magnan M. *The use of Web sites as a disclosure platform for corporate performance International Journal of Accounting Information Systems*. 2009, vol. 10. Available at: <http://www.sciencedirect.com> (accessed: 12.02.17).
4. Dennis M. Patten. The market reaction to social responsibility disclosures: The case of the Sullivan principles signings // *Accounting, Organizations and Society*, 1990, vol.15, no. 6, pp. 575-587.
5. Dowling G. Getting the Piper to Play a Better Tune: Understanding and Resolving Advertiser – Agency Conflicts // *J. of business toss marketing*, 1999, pp. 19-58.
6. Expectations of Risk Management Outpacing Capabilities – It's Time For Action. Available at: <https://www.kpmg.com/> (accessed: 12.02.17) .
7. Preston L. E., O'Bannon D.P. The corporate social – financial performance relationship. A typology and analysis // *Business and Society*, 1997, no. 36 (4).
8. Scheffer D., Kaeb C. *The Five Levels of CSR Compliance: The Resiliency of Corporate Liability under the Alien Tort Statute and the Case for a Counterattack Strategy in Compliance Theory*. Berkeley J. Int'l Law, 2011. Available at: <http://scholarship.law.berkeley.edu> (accessed: 12.02.17).
9. Аленичева Л.В., Феоктистова Е.Н., Хонякова Н.В., Озерянская М.Н., Копылова Г.А. *Ответственная деловая практика в зеркале отчётности. Аналитический обзор корпоративных нефинансовых отчётов: 2012-2014 годы выпуска*. Москва, РСПП, 2015. Доступно: <http://media.rspp.ru/> (дата обращения: 12.02.17).
10. Благов Ю.Е. *Доклад о социальных инвестициях в России – 2014: к созданию ценности для бизнеса и общества*. Санкт-Петербург, Авторская творческая мастерская (АТМ Книга), 2014.
11. Вашакмадзе Т. Влияние показателя ESG на будущую капитализацию компании. Эмпирическое тестирование на американском фондовом рынке // *Финансовая жизнь*, 2013, no. 4, с. 63-80.
12. Лещенко О.А., Корчагина Е.В., Современные методики оценки эффективности деятельности компаний в области КСО // *Менеджмент в России и за рубежом*, 2014, no. 1 . Доступно: <http://dis.ru/> (дата обращения: 12.02.17).
13. Model guidance on reporting ESG information to investors, 2015. Available at: <http://www.sseinitiative.org> (accessed: 12.02.17).
14. О Кодексе корпоративного управления. 18 апреля 2014 г. Вестник банка России № 40 (1518). Доступно: <http://www.cbr.ru> (дата обращения: 12.02.17).
15. Отчетность в области устойчивого развития: Исследование КПМГ. Доступно: [//assets.kpmg.com](http://assets.kpmg.com) (дата обращения: 12.02.17).
16. Сидорская И.В., Альшевская С.О. Понятие корпоративной репутации и основные инструменты ее формирования // *Вестник БДУ*, 2015, Сер. 4, no. 1, с. 71-74.
17. Электронный журнал «Communication from the Commission». Доступно: <http://ec.europa.eu> (дата обращения: 12.02.17).

RELATIONSHIP OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE AND CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Matveeva Yana Andreevna, graduate student

The Institute of Economics at the Russian Academy of Sciences (Ural branch),
Moskovskaya str., 29, Yekaterinburg, Russia, 620014; e-mail: 117995679@mail.ru

Purpose: the aim of the Article is devoted to the interaction between competitiveness and corporate social responsibility (hereinafter CSR) as the basis for creating an effective and open interaction of business, society and the state. *Discussion:* the Responsible behavior of the company is one of the most powerful factors in the development of competition, growth of market capitalization of the company and, together with the strengthening of business reputation. The impact of corporate social responsibility on the competitiveness of the company is characterized by an indirect character and time delay. *Results:* the paper defines a conceptual model of the impact of corporate social responsibility on the competitiveness of the company. On the basis of detailed consideration of individual components of the conceptual model of the impact of corporate social responsibility on the competitiveness of the company has formulated the concept of competitive of CSR activities as a responsible company, which is in accordance with the requirements of legislation and improving its reputation, business transparency, decrease risks, increase the value of the company as a whole increasing intellectual capital and creating long-term competitive advantages.

Keywords: competitiveness, corporate social responsibility, competitive advantage, sustainability reporting, stakeholders.

References

1. Azapagic A. *Systems approach to corporate sustainability: a general management framework*. Process Safety and Environmental Protection, 2003, no. 81 (5), pp. 303-316.
2. Becchetti L., Ciciretti R., Hasan I., Kobeissi N. Corporate social responsibility and share holder's value. *Journal of Business Research*, 2012, vol. 65, no. 11, pp. 1628-1635.
3. Cormier D., Ledoux M., Magnan M. The use of Web sites as a disclosure platform for corporate performance. *International Journal of Accounting Information Systems*, 2009, vol. 10. Available at: <http://www.sciencedirect.com> (accessed: 12.02.17).
4. Patten D.M. The market reaction to social responsibility disclosures: The case of the Sullivan principles signings. *Accounting, Organizations and Society*, 1990, vol. 15, no. 6, pp. 575-587.
5. Dowling G. Getting the Piper to Play a Better Tune: Understanding and Resolving Advertiser – Agency Conflicts. *J. of business toss marketing*, 1999, pp. 19-58.
6. Expectations of Risk Management Outpacing Capabilities – It's Time For Action. Available at: <https://www.kpmg>.

com (accessed: 12.02.17)

7. Preston L.E., O'Bannon D.P. The corporate social-financial performance relationship. A typology and analysis. *Business and Society*, 1997, no. 36 (4).

8. Scheffer D., Kaeb C. *The Five Levels of CSR Compliance: The Resiliency of Corporate Liability under the Alien Tort Statute and the Case for a Counterattack Strategy in Compliance Theory*. Berkeley J. Int'lLaw, 2011. Available at: <http://scholarship.law.berkeley.edu/> (accessed: 12.02.17).

9. Alenicheva L.V., Feoktistova E.N., Khoniakova N.V., Ozerianskaia M.N., Kopylova G.A. *Otvetstvennaia delovaia praktika v zerkale otchetnosti. Analiticheskii obzor korporativnykh nefinansovykh otchetov: 2012–2014 gody vypuska*. Moscow, RSPP, 2015. Available at: <http://media.rspp.ru/> (accessed: 12.02.17). (In Russ.)

10. Blagov Iu. E. *Doklad o sotsial'nykh investitsiakh v Rossii – 2014: k sozdaniiu tsennosti dlia biznesa i obshchestva*. Saint Petersburg, Avtorskaia tvorcheskaia masterskaia (ATM Kniga), 2014. (In Russ.)

11. Vashakmadze T. Vliianie pokazatelya ESG na budushchuiu kapitalizatsiiu kompanii. Empiricheskoe testirovanie na amerikanskom fondovom rynke.

Finansovaia zhizn, 2013, no. 4, pp. 63-80. (In Russ.)

12. Leshchenko O.A., Korchagina E.V. Sovremennye metodiki otsenki effektivnosti deiatel'nosti kompanii v oblasti KSO. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*, 2014, no. 1. Available at: <http://dis.ru/> (accessed: 12.02.17). (In Russ.)

13. Model guidance on reporting ESG information to investors, 2015. Available at: <http://www.sseinitiative.org/> (accessed: 12.02.17).

14. O Kodekse korporativnogo upravleniia. 18 apreliia 2014 g. Vestnik banka Rossii № 40 (1518). Available at: <http://www.cbr.ru/> (accessed: 12.02.17). (In Russ.)

15. Otchetnost' v oblasti ustoichivogo razvitiia: Issledovanie KPMG. Available at: assets.kpmg.com (accessed: 12.02.17). (In Russ.)

16. Sidorskaia I.V., Al'shevskaiia S.O. Poniatie korporativnoi reputatsii i osnovnye instrumenty ee Formirovaniia. *Vesnik BDU*, 2015, Ser. 4, no. 1, pp. 71-74. (In Russ.)

17. Elektronnyi zhurnal «Communication from the Commission». Available at: <http://ec.europa.eu/> (accessed: 12.02.17). (In Russ.)