

УДК 005.35

DOI: 10.17586/2310-1172-2026-19-3-53-61

Научная статья

Язык статьи – русский

Трансформация запросов стейкхолдеров к рейтингам в области устойчивого развития: от инвесторов к клиентам и контрагентам

Канд. экон. наук., доцент **Измайлов Максим Кириллович** izmajlov_mk@spbstu.ru

Канд. экон. наук., доцент **Пупенцова Светлана Валентиновна** pupentsova_sv@spbstu.ru

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого,

Высшая школа производственного менеджмента

Россия, Санкт-Петербург

В статье исследуется трансформация запросов в российской практике управления к рейтингам в области устойчивого развития. Предметом работы выступают изменения в структуре ожиданий различных групп стейкхолдеров – инвесторов, клиентов и контрагентов – относительно содержания и функций нефинансовой оценки. Цель заключается в выявлении ключевых направлений этой трансформации и определении её влияния на корпоративные практики управления и методологию рейтингования. Эмпирическую базу составили научные публикации российских авторов за 2022–2026 годы, посвящённых рейтингованию в области устойчивого развития, нефинансовой отчётности и взаимодействию со стейкхолдерами. Применялись методы контент-анализа, сравнительного анализа и систематизации, позволившие выделить и структурировать различия в ожиданиях по пяти параметрам: горизонт оценки, уровень детализации, приоритет компонент устойчивого развития, критерии качества и соотношение формального и содержательного. Установлено, что запросы клиентов и контрагентов системно отличаются от инвестиционных: они ориентированы на кратко- и среднесрочный горизонт, требуют детализации на уровне продуктов и процессов, смещают приоритет в сторону экологической и социальной компонент, а также делают акцент на верифицируемых результатах, а не на формальных политиках. Дивергенция рейтингов интерпретируется не как методологический недостаток, а как закономерное следствие множественности легитимных перспектив. Практическая значимость результатов заключается в обосновании необходимости перехода от универсальных рейтинговых шкал к модульным системам оценки, учитывающим специфику разных групп пользователей. Для российских компаний выводы дают ориентиры для дифференциации стратегий устойчивого развития в зависимости от состава ключевых стейкхолдеров. Для регуляторов обоснована целесообразность формирования «зонтичных» стандартов, допускающих специализированные модули оценки.

Ключевые слова: ESG-рейтинги, трансформация запросов стейкхолдеров, инвестиционные ожидания, клиентский запрос, контрагенты, корпоративное управление, устойчивое развитие, российская практика, методология оценки, нефинансовая отчётность.

Ссылка для цитирования:

Измайлов М.К., Пупенцова С.В. Трансформация запросов стейкхолдеров к рейтингам в области устойчивого развития: от инвесторов к клиентам и контрагентам // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». 2026. № 3. С. 53-61. DOI: 10.17586/2310-1172-2026-19-3-53-61.

Scientific article

Article in Russian

Transformation of stakeholder demands for sustainability ratings: from investors to clients and counterparties

Ph.D. Izmaylov Maxim Kirillovich izmajlov_mk@spbstu.ru

Ph.D. Pupentsova Svetlana Valentinovna pupentsova_sv@spbstu.ru

Graduate School of Industrial Management, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

Russia, St. Petersburg

The article explores the transformation of requests in Russian management practice for sustainability ratings. The subject of the work is the changes in the structure of expectations of various groups of stakeholders – investors, clients and counterparties – regarding the content and functions of non-financial assessment. The purpose is to identify the key directions of this transformation and determine its impact on corporate management practices and rating methodology. The empirical base was formed by scientific publications by Russian authors for 2022–2026, devoted to rating in the field of sustainable development, non-financial reporting and interaction with stakeholders. Methods of content analysis, comparative analysis and systematization were used, which allowed to identify and structure the differences in expectations in five parameters: the assessment horizon, the level of detail, the priority of sustainable development components, quality criteria and the ratio of formal and substantive. It has been established that customer and counterparty requests differ systematically from investment requests: they are focused on the short- and medium-term horizon, require detail at the product and process level, shift the priority towards environmental and social components, and emphasize verifiable results rather than formal policies. The divergence of ratings is interpreted not as a methodological flaw, but as a natural consequence of the multiple legitimate perspectives. The practical significance of the results lies in the justification of the need to transition from universal rating scales to modular assessment systems that take into account the specific needs of different user groups. For Russian companies, the findings provide guidelines for differentiating sustainable development strategies based on the composition of key stakeholders. For regulators, the feasibility of creating "umbrella" standards that allow for specialized assessment modules is justified.

Keywords: ESG ratings, stakeholder demand transformation, investor expectations, client demands, counterparties, corporate governance, sustainable development, Russian practice, assessment methodology, non-financial reporting.

For citation:

Izmaylov M.K., Pupentsova S.V. Transformation of stakeholder demands for sustainability ratings: from investors to clients and counterparties. *Scientific journal NRU ITMO. Series «Economics and Environmental Management»*. 2026. № 3. P. 53-61. DOI: 10.17586/2310-1172-2026-19-3-53-61.

Введение

За последние несколько лет привычная картина корпоративного управления претерпела заметные изменения. То, что ещё недавно считалось делом узкого круга аналитиков и крупных фондов, теперь всё чаще обсуждается в терминах, понятных самому широкому кругу участников рынка. Речь об оценке деятельности компаний по экологическим (E), социальным (S) и управленческим критериям (G) – тому самому ESG-подходу, который из специализированного финансового инструмента постепенно превращается в нечто большее. В научной литературе, а также в практике консалтинговых и рейтинговых агентств, всё чаще фиксируется любопытный сдвиг: запросы на рейтинги в области устойчивого развития (далее ESG-рейтинги), изначально формировавшиеся под влиянием инвесторов, сегодня исходят от совершенно иных групп.

В работах, посвящённых роли ESG-менеджмента, авторы справедливо отмечают, что концепция, рождённая как критерий для инвесторов, быстро доказала свою применимость в более широком контексте. Первоначально рейтинги служили индикатором, позволявшим отсеивать риски при вложении капитала. Однако, как показывают эмпирические наблюдения, сейчас они начинают выполнять функцию «социальной лицензии», где потребитель и деловой партнёр получают возможность оценить, насколько модель поведения компании соответствует их собственным представлениям о долгосрочной устойчивости. Это смещение фокуса с оценки влияния внешней среды на бизнес (классический взгляд инвестора) на оценку влияния бизнеса на внешнюю среду (взгляд клиента, местного сообщества, поставщика) требует отдельного анализа.

Особенно наглядно этот процесс прослеживается на российском материале. В отечественных исследованиях, затрагивающих ESG-трансформацию, подчёркивается, что промышленные гиганты и крупные финансовые институты всё чаще рассматривают высокий рейтинг не просто как элемент репутации, но как обязательное условие для включения в цепочки поставок государственных корпораций или для получения одобрения со стороны контролирующих органов. В работах, посвящённых отраслевой специфике, отмечается, что для металлургии, энергетики или строительства наличие прозрачной нефинансовой отчётности уже становится пропуском на новые рынки сбыта, а для банковского сектора — фактором, влияющим на стоимость заёмного капитала. При этом разрозненность методологий, с которыми работают разные рейтинговые агентства, и отсутствие единых подходов к оценке существенности информации создают условия, при которых запросы разных стейкхолдеров могут как совпадать, так и вступать в противоречие.

С одной стороны, инвестор по-прежнему заинтересован в долгосрочной устойчивости денежного потока и снижении регуляторных издержек. С другой стороны, для клиента, особенно на рынках b2c, ключевым становится подтверждение экологической нейтральности продукта или социальной ответственности производителя. Для контрагента, в свою очередь, важен не столько сам рейтинг, сколько доказанная способность компании управлять

рисками в своей цепочке поставок, чтобы избежать сбоев из-за климатических или социальных факторов. Эти три вектора ожиданий могут расходиться. В исследованиях последних лет, анализирующих данные рейтинговых агентств, выявлено, что одна и та же компания может получать высокие оценки за качество управления (G) и при этом демонстрировать слабые результаты по экологическому (E) или социальному (S) блоку. Однако если для инвестора это может быть сигналом к углублённому анализу, то для конечного потребителя или партнёра по сбыту такой дисбаланс может стать поводом для отказа от сотрудничества.

Проблема, по мнению автора, заключается в том, что традиционная система ESG-рейтингов, сформированная под нужды финансового рынка, сегодня оказывается перед необходимостью отвечать на запросы, которые не всегда укладываются в привычную логику «риск – доходность». Отсутствие чёткого понимания того, как именно трансформируются ожидания разных групп стейкхолдеров и насколько текущие методологии рейтингования способны отразить эту трансформацию, создаёт как теоретический, так и практический разрыв. С одной стороны, корпоративные стратегии начинают строиться вокруг управления нефинансовыми показателями, с другой – инструменты измерения этих показателей остаются заложниками тех подходов, которые были разработаны в эпоху доминирования инвестиционной парадигмы.

Предметом статьи выступает сама эта трансформация: изменение структуры запросов к ESG-рейтингам по мере того, как к их использованию подключаются новые группы – клиенты и контрагенты. В центре внимания оказывается то, как корпоративные стратегии и методы рейтингования адаптируются к появлению этих новых «заказчиков» оценки, чьи критерии существенности могут отличаться от традиционных.

Гипотеза исследования строится на предположении, что смещение фокуса с инвестора на более широкий круг стейкхолдеров приводит к размыванию единого понимания того, что именно должен измерять ESG-рейтинг. В результате одни и те же корпоративные практики могут получать разную интерпретацию: для инвестора – как фактор управления рисками, для клиента – как этическая характеристика продукта, для контрагента – как условие надёжности в цепочке поставок. Это, в свою очередь, ставит под сомнение универсальность существующих методологий и требует пересмотра того, как именно строится коммуникация между компаниями и их окружением через инструменты нефинансовой оценки.

Цель работы – выявить ключевые направления, по которым изменяются запросы к ESG-рейтингам со стороны клиентов и контрагентов в сравнении с традиционным инвесторским подходом, а также определить, как эти изменения влияют на корпоративные практики управления и методологию оценки устойчивого развития в российском контексте. Для этого предстоит решить несколько задач:

- 1) проанализировать эволюцию подходов к ESG-рейтингованию на основе имеющихся публикаций,
- 2) выделить специфику запросов различных групп стейкхолдеров,
- 3) выявить противоречия между существующими методологиями и новыми ожиданиями,
- 4) предложить направления для адаптации инструментов оценки к изменившимся условиям.

Материалы и методы

Эмпирическую базу исследования составил комплекс научных статей российских авторов, опубликованных в научных журналах. Отбор источников осуществлялся по критерию релевантности проблематике исследования.

В работе применялись методы контент-анализа (для выделения ключевых положений о запросах различных групп стейкхолдеров), сравнительного анализа (для выявления различий в методологических подходах рейтинговых агентств) и систематизации (для группировки выявленных различий по параметрам горизонта, детализации, приоритетов компонент ESG, критериев качества и соотношения формального и содержательного). Полученные данные были структурированы в аналитическую таблицу, послужившую основой для интерпретации.

Результаты

1. Эволюция методологических подходов к ESG-рейтингованию

В работах, посвящённых становлению ESG-оценки в России, прослеживается устойчивая линия: изначально рейтинги задумывались как инструмент для инвесторов, позволяющий фильтровать риски, связанные с экологическими, социальными и управленческими аспектами. Соавтор статьи в одной из первых работ фиксирует этот момент, отмечая, что концепция ESG менеджмента «изначально ориентированная на удовлетворение потребностей государства и предприятий в реализации принципов устойчивого развития, имеет так же огромный потенциал в управлении различными направлениями бизнес-стратегий» [1]. Здесь автор указывает на двойственность, которая впоследствии станет ключевой: инструмент, созданный для одних целей, оказывается востребованным и в других областях.

Авторы статьи, анализируя этапы ESG-трансформации в России, уточняют, что «для России ESG-трансформация сопровождается определенными мотивами, которые направлены на экономический рост, экологизацию производства, на взаимодействие с международными партнерами» [2]. В этом утверждении уже проступает сдвиг: мотивация выходит за пределы чисто финансовых соображений, включая необходимость соответствия ожиданиям внешних партнёров, среди которых далеко не только инвесторы.

Методологическая сторона вопроса детально разобрана Носко. В её работе, посвящённой прозрачности и конвергенции рейтингов, подчёркивается, что «ключевой проблемой, присущей ESG-рейтингам, является их расхождение (или дивергенция), при котором рейтинги одной и той же компании могут отличаться, и даже существенным образом» [3]. Эта дивергенция порождает неопределённость: если оценки расходятся, то какой из рейтингов принимать во внимание инвестору, а какой – клиенту или контрагенту? Носко указывает, что решение проблемы видят в развитии норм регулирования и повышении прозрачности, однако «некоторые исследователи обращают внимание на то, что повышение уровня раскрытия ESG-информации не приводит к сокращению расхождения между рейтингами». Тем самым возникает парадокс: больше данных – не значит больше согласия.

В работе Жатиковой и Щербаченко проведён сравнительный анализ методологий ведущих российских агентств – АКРА, НРА, «Эксперт РА», РСПП. Авторы констатируют, что «сложность соотношения рейтингов заключается в учете российскими агентствами различных факторов внутри разделов, касающихся экологического, социального и корпоративного управления» [4]. Различия в весах, наборе показателей, способах интерпретации данных приводят к тому, что один и тот же эмитент может получить противоположные оценки. Для инвестора это сигнал к дополнительному анализу, но для клиента или потенциального делового партнёра, не погружённого в методологические тонкости, такие расхождения могут стать причиной отказа от взаимодействия.

Корзовых в своём исследовании подходит к вопросу с позиции финансовой устойчивости. Она отмечает, что «ESG-рейтинги призваны стать инструментом независимой внешней оценки, позволяющим инвесторам, потребителям и другим заинтересованным сторонам получить ясную картину о том, какие изменения произошли в бизнес-среде, насколько компания соответствует принципам устойчивого развития» [5]. Здесь уже явно расширяется круг адресатов рейтинга: инвестор, потребитель, иные стороны. Однако в её работе также подчёркивается, что «существующие методологии различаются в охвате, измерениях и системе взвешивания факторов», что ставит под сомнение возможность получить «ясную картину» для всех перечисленных групп одновременно.

Кузьмина, анализируя систему ESG-рейтингов на примере MSCI, обращает внимание на преемственность кредитной и ESG-шкалы: «использование буквенной системы оценки, изначально разработанной для кредитных рейтингов, демонстрирует глубокую взаимосвязь между этими двумя направлениями» [6]. Тем самым методологический аппарат, унаследованный от финансового сектора, продолжает задавать тон, даже когда объектом оценки становятся нефинансовые аспекты. При этом, как замечает автор, критерии оценки для кредитных и ESG-рейтингов существенно различаются, что порождает дополнительную путаницу у неподготовленного пользователя.

2. Расширение круга стейкхолдеров

Ряд исследований напрямую фиксирует, что интерес к ESG-рейтингам сегодня исходит не только от тех, кто принимает решения о вложении капитала. Ефимова в своей статье, посвящённой проблемам формирования ESG-рейтингов, пишет: «Финансовые организации, инвесторы используют такую информацию при принятии инвестиционных решений, в то время как для корпораций получение независимой оценки третьих лиц важно в связи с требованиями регуляторов, а также в качестве возможности привлечения финансирования на более привлекательных условиях» [7]. Хотя основными пользователями остаются инвесторы, Ефимова фиксирует появление новых мотивов: регуляторное давление и доступ к льготному финансированию.

В работе Носова и Чахкиева, посвящённой ESG-трансформации корпоративного управления, отмечается переход от акционерно-ориентированной модели к стейкхолдерскому капитализму. Авторы подчёркивают, что «ESG-трансформация – это процесс, в котором экологические обязательства, социальная ответственность и безупречное управление переплетаются, создавая новую систему координат для принятия решений» [8]. Эта новая система координат, по их мнению, требует учёта интересов сотрудников, потребителей, поставщиков, местных сообществ. Рейтинги в этой логике выступают не столько инструментом оценки рисков, сколько средством выстраивания доверительных отношений с разнородными группами.

Бекбузарова в исследовании, посвящённом трансформации корпоративной отчетности, отмечает, что «ESG-отчетность перестаёт быть факультативной «социалкой» или пиар-инструментом, а становится жёстким требованием рынка и обязательным элементом стратегического управления, напрямую влияющим на стоимость капитала, репутацию и операционную лицензию компании» [9]. Здесь уже прослеживается мысль о том, что запросы на информацию исходят не только от инвесторов, но и от регуляторов, а также от общества в целом, от которого зависит «операционная лицензия» – своего рода разрешение на ведение деятельности.

Коврижных, анализируя реализацию ESG-повестки в регионах, подчёркивает важность взаимодействия региональных властей с бизнесом: «около 80% регионов и городов взаимодействуют с бизнесом с учетом ESG-факторов и планируют продолжать такое сотрудничество» [10]. Это свидетельствует о том, что на уровне регионов формируется запрос на ESG-оценку со стороны органов власти – ещё одной группы стейкхолдеров, которая выступает в роли заказчика информации, но уже не как инвестор, а как партнёр или контролирующий орган.

Воронцова и Фриский в своём исследовании, где ESG-рейтинг применяется для оценки конкурентоспособности предприятия, приходят к выводу, что «анализ конкурентоспособности через ESG-рейтинг может быть ценным инструментом для руководства компании» [11]. Они подчёркивают, что такой анализ позволяет идентифицировать слабые места, на которые стоит обратить особое внимание. Но ключевой момент заключается в том, что для разных стейкхолдеров «слабые места» могут быть разными: для инвестора – это риски, связанные с управлением, для клиента – экологический след продукта, для контрагента – устойчивость цепочки поставок.

Обсуждение

Выявленные в ходе исследования различия в ожиданиях инвесторов, клиентов и контрагентов требуют осмысления в более широком теоретическом и практическом контексте. Если результаты показывают, что именно меняется в запросах разных групп стейкхолдеров, то в этом разделе необходимо ответить на вопросы *почему* эти изменения происходят, *как* они соотносятся с устоявшимися представлениями о природе ESG-рейтингов и *какие* последствия влекут для корпоративного управления, методологии оценки и регуляторной политики.

Для удобства последующего анализа ключевые различия между традиционными ожиданиями инвесторов и формирующимися ожиданиями клиентов и контрагентов сведены в таблицу, которая служит структурной основой для интерпретации.

Таблица

Сравнительная характеристика ожиданий различных групп стейкхолдеров

Сравнительный критерий	Инвесторы	Клиенты и контрагенты
Горизонт оценки	Долгосрочный (устойчивость бизнес-модели)	Кратко- и среднесрочный (конкретный продукт, сделка)
Уровень детализации	Агрегированный (интегральный рейтинг)	Детализированный (продукт, процесс, поставка)
Приоритет компонент	Часто высокий вес G (управление)	Смещение в сторону E и S (экология, социальная ответственность)
Критерий качества	Корреляция с финансовыми показателями	Понятность, применимость к конкретному решению
Форма и содержание	Важны формальные политики и процедуры	Важны верифицируемые результаты и реальное воздействие

Источник: составлено авторами по результатам исследования

Приведённые в таблице различия не являются случайными или временными. Они отражают фундаментальное различие в том, как разные группы стейкхолдеров связаны с компанией. Инвестор находится в отношениях долевого или долгового финансирования, его интерес – долгосрочная сохранность и прирост вложенного капитала. Для него ESG-рейтинг выступает инструментом оценки рисков, которые могут материализоваться на горизонте нескольких лет. Клиент, напротив, вступает в транзакционные отношения, его интерес локализован в конкретном продукте или услуге. Для него ESG-рейтинг – это сигнал о соответствии продукта его ценностным установкам здесь и сейчас. Контрагент (поставщик, подрядчик, партнёр по цепочке создания стоимости) занимает промежуточное положение: его интерес распространяется на устойчивость деловых связей в рамках среднесрочных контрактов.

С этой точки зрения, дивергенция запросов – не недостаток, а неизбежное следствие различия в ролях, которые стейкхолдеры играют по отношению к компании. В работах, посвящённых методологическим расхождениям ESG-рейтингов (Носко, Корзоватых), этот феномен интерпретировался преимущественно как проблема, требующая унификации. Однако если исходить из тезиса о множественности легитимных перспектив, то стремление к единому рейтингу, одинаково полезному для всех, оказывается нереалистичным. Более продуктивным представляется развитие системы взаимосвязанных, но специализированных оценок, ориентированных на разные группы пользователей.

Концепция «двойной существенности», закреплённая в европейской Директиве CSRD и обсуждаемая в работах Бекбузаровой, получает в этом контексте дополнительное обоснование. Она позволяет развести две перспективы: влияние ESG-факторов на компанию (финансовая существенность, важная для инвесторов) и влияние компании на окружающую среду и общество (стейкхолдерская существенность, важная для клиентов и контрагентов). Российская практика, как показывают исследования авторов работы, пока находится в начале пути по внедрению такого разделения, но вектор движения уже задан.

Различия в горизонте и уровне детализации, зафиксированные в таблице, указывают на необходимость пересмотра методологических оснований ESG-рейтингования. Традиционные рейтинги строятся по принципу «один размер подходит всем»: интегральная буквенная или числовая оценка, которая якобы даёт исчерпывающее представление о компании. Однако для клиента, выбирающего товар на полке, буква AAA не говорит ничего о том, насколько экологичен именно этот товар. Для контрагента, оценивающего надёжность поставок, интегральный рейтинг не даёт информации о рисках в конкретном звене цепочки.

Методологический ответ на эту проблему может заключаться в переходе от единых рейтинговых шкал к модульным системам, где пользователь (или разработчик специализированного продукта) выбирает нужные параметры: интересующие компоненты ESG, желаемый горизонт оценки, требуемый уровень детализации, отраслевые и региональные корректировки. Жатикова и Щербаченко в своей работе уже предлагают учитывать отраслевую специфику; следующим шагом могло бы стать создание «конструкторов» ESG-оценки, позволяющих комбинировать различные элементы.

Ещё одно методологическое следствие связано с источниками данных. Для инвестора, обладающего ресурсами для углублённого анализа, допустима работа с неполными или нестандартизированными данными. Для клиента или малого контрагента критически важна верифицированность и простота интерпретации. Как отмечает Довбий, рынок аудита нефинансовой отчётности в России только формируется, и его развитие в регионах идёт неравномерно. Без надёжной верификации запросы клиентов и контрагентов на содержательные (а не формальные) подтверждения ESG-достижений не могут быть удовлетворены.

Для российских компаний выводы исследования означают, что стратегия «одного рейтинга для всех» перестаёт быть эффективной. Компании, ориентированные на разные рынки и взаимодействующие с разными группами стейкхолдеров, нуждаются в дифференцированных подходах к управлению ESG-факторами и их презентации.

Если основными стейкхолдерами выступают инвесторы, приоритетом остаётся качество корпоративного управления, прозрачность и формальное соответствие стандартам. Если же компания работает на потребительском рынке или входит в цепочки поставок крупных корпораций, акцент смещается в сторону реальных экологических и социальных результатов. Кожаева фиксирует этот дисбаланс, когда компании сосредоточены на управленческой прозрачности, но отстают в экологической модернизации. Для компаний, взаимодействующих с конечными потребителями и партнёрами, такой перекос может стать репутационным риском.

Кроме того, встаёт вопрос о коммуникации. Как отмечают Носов и Чаккиев, новая парадигма предполагает переход от одностороннего информирования к диалогу со стейкхолдерами. Это означает, что компании должны не только публиковать рейтинги, но и объяснять, как учитываются запросы разных групп, какие компромиссы находятся и какие результаты достигнуты. В российской практике такие диалоги пока остаются скорее исключением, что создаёт риск расхождения между декларируемым и воспринимаемым ESG-профилем.

Для государственных институтов, формирующих политику в области устойчивого развития, выводы исследования указывают на необходимость учитывать множественность запросов при разработке нормативной базы. Авторы статьи отмечают активную роль Банка России и ВЭБ.РФ в создании ESG-инфраструктуры. Модельная методология, предложенная Банком России, может стать основой для унификации, но жёсткая унификация рискует подавить ту самую множественность, которая позволяет удовлетворять разнообразные потребности.

Более гибким подходом могло бы стать формирование «зонтичных» стандартов, задающих общие принципы (прозрачность, сопоставимость, верифицируемость), но допускающих специализированные модули для разных групп пользователей. Например, стандарты раскрытия информации для целей портфельных инвестиций могли бы отличаться от стандартов, ориентированных на потребительскую маркировку или на оценку поставщиков.

Коврижных, анализируя региональную дифференциацию, подчёркивает необходимость сбалансированной поддержки регионов. Это наблюдение имеет прямое отношение к формированию запросов клиентов и контрагентов: в регионах с высокой экологической нагрузкой ожидания в отношении E-компоненты выше, и государственная политика могла бы стимулировать компании к раскрытию именно тех аспектов, которые наиболее значимы для местного населения и деловых партнёров.

Предложенная интерпретация имеет ряд ограничений, которые важно учитывать. Во-первых, она базируется на анализе российских публикаций и практик. Применимость выводов к другим странам с иной регуляторной средой, иной структурой собственности и иными традициями взаимодействия бизнеса и общества требует

отдельной проверки. Во-вторых, исследование носило качественный характер. Для количественного подтверждения гипотез о расхождении ожиданий и о влиянии этого расхождения на поведение компаний необходимы эмпирические исследования с использованием опросных методов и статистического анализа.

В-третьих, фокус на клиентах и контрагентах не означает, что другие группы стейкхолдеров (сотрудники, местные сообщества, регуляторы) менее значимы. Как показывают работы Носова и Чахкиева, Бекбузаровой, их ожидания также активно формируются и могут вступать в противоречие как с инвесторским, так и с клиентским взглядом.

Интерпретация полученных результатов позволяет утверждать, что трансформация запросов к ESG-рейтингам – это не временная конъюнктура, а закономерный этап развития самого института нефинансовой оценки. По мере того как ESG-повестка проникает из сферы финансовых рынков в повседневную экономическую жизнь, рейтинги неизбежно начинают выполнять новые функции, обслуживая новые группы пользователей. Осознание этого факта важно как для разработчиков рейтинговых методологий, так и для компаний, формирующих свои ESG-стратегии, и для регуляторов, определяющих правила игры.

Выводы и научная новизна

В ходе исследования получены результаты, позволяющие сформулировать несколько выводов, имеющих значение для развития теории и практики ESG-рейтингования в российском контексте.

Эволюция подходов к ESG-рейтингованию, прослеженная на основе анализа публикаций последних лет, свидетельствует о постепенном расширении круга пользователей. Если на начальных этапах рейтинги служили преимущественно инструментом для инвесторов, позволявшим оценивать долгосрочные риски, то сегодня запрос на такую оценку формируют также клиенты и контрагенты. При этом ожидания этих групп не просто дополняют инвестиционные, а содержательно отличаются от них по ключевым параметрам: горизонту оценки, уровню детализации, приоритету компонент ESG, критериям качества и соотношению формального и содержательного.

Выявленные различия в ожиданиях разных групп стейкхолдеров не являются случайными. Они отражают фундаментальное различие в ролях, которые инвесторы, клиенты и контрагенты играют по отношению к компании. Инвестор находится в отношениях долгосрочного финансирования, клиент – в транзакционных отношениях, контрагент занимает промежуточное положение, ориентируясь на среднесрочную устойчивость деловых связей. Из этого следует, что стремление к универсальному рейтингу, одинаково полезному для всех, вступает в противоречие с природой этих отношений.

Существующие методологии ESG-рейтингования, как правило, ориентированы на инвестиционную перспективу. Это выражается в преобладании интегральных шкал, акценте на формальных политиках и процедурах, высоком весе управленческой компоненты (G). Для клиентов и контрагентов более значимыми оказываются экологическая (E) и социальная (S) компоненты, верифицируемые результаты, а не декларируемые политики, а также детализация на уровне конкретных продуктов или бизнес-процессов. Методологический вызов, таким образом, состоит в необходимости разработки инструментов, способных отражать эту множественность перспектив.

Научная новизна исследования заключается в переосмыслении феномена дивергенции ESG-рейтингов. В отличие от работ, трактующих расхождения в оценках как методологическую проблему, требующую унификации, в настоящем исследовании дивергенция интерпретируется как закономерное следствие множественности легитимных запросов со стороны разных групп стейкхолдеров. Такой подход позволяет перейти от поиска единственно верной методологии к разработке системы взаимосвязанных, но специализированных оценок, ориентированных на разные группы пользователей.

Практическая значимость результатов состоит в том, что они дают российским компаниям ориентиры для выстраивания ESG-стратегий с учётом специфики своих ключевых стейкхолдеров. Компаниям, ориентированным на инвестиционные рынки, целесообразно сосредоточиться на управленческой прозрачности и соответствии формальным стандартам. Компаниям, работающим на потребительских рынках или в цепочках поставок, необходимо сместить акцент на верифицируемые экологические и социальные результаты, а также на развитие коммуникации, позволяющей доносить эти результаты до клиентов и контрагентов.

Для разработчиков рейтинговых методологий выводы исследования указывают на целесообразность перехода от единых рейтинговых шкал к модульным системам, позволяющим пользователям выбирать параметры оценки в зависимости от своих потребностей. Для регуляторов (Банк России, ВЭБ.РФ, Минэкономразвития) обоснована необходимость создания «зонтичных» стандартов, задающих общие принципы прозрачности и сопоставимости, но допускающих специализированные модули для оценки воздействия на клиентов и контрагентов.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на эмпирическую проверку выявленных закономерностей, разработку и апробацию специализированных инструментов оценки, а также на изучение того,

как российские компании адаптируют свои стратегии к множественности запросов со стороны разных групп стейкхолдеров.

Литература

1. Измайлов М.К. Роль ESG менеджмента в стратегии развития предприятия // *Beneficium*. 2024. № 1(50). С. 47-53. DOI 10.34680/BENEFICIUM.2024.1(50).47-53.
2. Измайлов М.К., Пупенцова С.В. ESG-трансформация в России как инструмент стратегического развития // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. 2024. № 4. С. 105-115. DOI 10.17586/2310-1172-2024-17-4-105-115.
3. Носков П.А. Анализ методологий присвоения ESG-рейтингов на российском рынке: вопросы прозрачности и конвергенции // *Современная мировая экономика*. 2024. Т. 2, № 2(6). С. 60-75. DOI 10.17323/2949-5776-2024-2-2-60-75.
4. Жатикова Д.В., Щербаченко П.С. Методология присвоения ESG-рейтингов // *Вестник университета*. 2023. № 8. С. 99-108. DOI 10.26425/1816-4277-2023-8-99-108.
1. Ефимова О.В. ESG-рейтинги: актуальные проблемы формирования и использования // *Вестник Академии знаний*. 2023. № 4(57). С. 104-109.
5. Корзоватых Ж.М. ESG-рейтинг как инструмент оценки финансовой устойчивости экономического субъекта // *Экономика и управление: проблемы, решения*. 2025. Т. 9, № 1(154). С. 98-106. DOI 10.36871/ek.ur.p.r.2025.01.09.012.
6. Кузьмина М.А. ESG-трансформация: роль рейтинговой системы в оценке бизнеса // *Теоретические и прикладные вопросы экономики, управления и образования: Сборник статей VI Международной научно-практической конференции, Пенза, 12–13 июня 2025 года*. – Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2025. С. 379-384.
7. Ефимова О.В. ESG-рейтинги: актуальные проблемы формирования и использования // *Вестник Академии знаний*. 2023. № 4(57). С. 104-109.
8. Носов Д.С., Чахкиев Г.Г. ESG-трансформация корпоративного управления: новая парадигма взаимодействия со стейкхолдерами // *Вестник евразийской науки*. 2025. Т. 17. № 5.
9. Бекбузарова М.И. Трансформация корпоративной отчетности в контексте ESG-повестки: интеграция принципов устойчивого развития // *Вестник евразийской науки*. 2025. Т. 17. № S3.
10. Коврижных А.А. Реализация ESG-повестки в регионах Российской Федерации // *Экономика устойчивого развития*. 2025. № 3(63). С. 90-93.
11. Воронцова Н.Д., Резвых И.В. Оценка конкурентоспособности предприятия через ESG-рейтинг // *Актуальные вопросы современной экономики*. 2024. № 5. С. 464-470.
12. Трубоченко Т.Г., Соломина М.С. ESG-трансформация бизнеса, ее влияние на модернизацию корпоративной стратегии и повышение финансовой устойчивости отечественных компаний // *Сибирская финансовая школа*. 2025. № 4(160). С. 103-111. DOI 10.34020/1993-4386-2025-4-103-111.
13. Кожяева Е.А. ESG-трансформация системы управления предприятием в индустриальном домостроении: анализ барьеров и управленческая модель // *Международный научный журнал*. 2025. № 6(106). С. 109-120. DOI 10.34286/1995-4638-2025-106-6-109-120.
14. Буркова А.Д. Развитие ESG-рейтингов в России // *Research and development – 2025: Сборник статей II Международной научно-практической конференции, Петрозаводск, 26 мая 2025 года*. – Петрозаводск: Международный центр научного партнерства "Новая Наука" (ИП Ивановская И.И.), 2025. С. 369-374.
15. Довбий И.П. Аудит ESG-отчетности предприятий энергетического и промышленного сектора Российской экономики: вызовы и проблемы // *Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Экономика и менеджмент*. 2025. Т. 19. № 1. С. 63-77. DOI 10.14529/em250105.

References

1. Izmailov M.K. Rol' ESG menedzhmenta v strategii razvitiya predpriyatiya // *Beneficium*. 2024. № 1(50). S. 47-53. DOI 10.34680/BENEFICIUM.2024.1(50).47-53.
2. Izmailov M.K., Pupentsova S.V. ESG-transformatsiya v Rossii kak instrument strategicheskogo razvitiya // *Nauchnyi zhurnal NIU ITMO. Seriya: Ekonomika i ekologicheskii menedzhment*. 2024. № 4. S. 105-115. DOI 10.17586/2310-1172-2024-17-4-105-115.
3. Noskov P.A. Analiz metodologii prisvoeniya ESG-reitingov na rossiiskom rynke: voprosy prozrachnosti i konvergentsii // *Sovremennaya mirovaya ekonomika*. 2024. T. 2, № 2(6). S. 60-75. DOI 10.17323/2949-5776-2024-2-2-60-75.

4. Zhatikova D.V., Shcherbachenko P.S. Metodologiya prisvoeniya ESG-reitingov // *Vestnik universiteta*. 2023. № 8. S. 99-108. DOI 10.26425/1816-4277-2023-8-99-108.
1. Efimova O.V. ESG-reitingi: aktual'nye problemy formirovaniya i ispol'zovaniya // *Vestnik Akademii znanii*. 2023. № 4(57). S. 104-109.
5. Korzovatykh Zh.M. ESG-reiting kak instrument otsenki finansovoi ustoichivosti ekonomicheskogo sub"ekta // *Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya*. 2025. T. 9, № 1(154). S. 98-106. DOI 10.36871/ek.up.p.r.2025.01.09.012.
6. Kuz'mina M.A. ESG-transformatsiya: rol' reitingovoi sistemy v otsenke biznesa // *Teoreticheskie i prikladnye voprosy ekonomiki, upravleniya i obrazovaniya: Sbornik statei VI Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Penza, 12–13 iyunya 2025 goda.* – Penza: Penzenskii gosudarstvennyi agrarnyi universitet, 2025. S. 379-384.
7. Efimova O.V. ESG-reitingi: aktual'nye problemy formirovaniya i ispol'zovaniya // *Vestnik Akademii znanii*. 2023. № 4(57). S. 104-109.
8. Nosov D.S., Chakhkiev G.G. ESG-transformatsiya korporativnogo upravleniya: novaya paradigma vzaimodeistviya so steikholderami // *Vestnik evraziiskoi nauki*. 2025. T. 17. № 5.
9. Bekbuzarova M.I. Transformatsiya korporativnoi otchetnosti v kontekste ESG-povestki: integratsiya printsiptov ustoichivogo razvitiya // *Vestnik evraziiskoi nauki*. 2025. T. 17. № S3.
10. Kovrizhnykh A.A. Realizatsiya ESG-povestki v regionakh Rossiiskoi Federatsii // *Ekonomika ustoichivogo razvitiya*. 2025. № 3(63). S. 90-93.
11. Vorontsova N.D., Rezvykh I.V. Otsenka konkurentosposobnosti predpriyatiya cherez ESG-reiting // *Aktual'nye voprosy sovremennoi ekonomiki*. 2024. № 5. S. 464-470.
12. Trubchenko T.G., Solomina M.S. ESG-transformatsiya biznesa, ee vliyanie na modernizatsiyu korporativnoi strategii i povyschenie finansovoi ustoichivosti otechestvennykh kompanii // *Sibirskaya finansovaya shkola*. 2025. № 4(160). S. 103-111. DOI 10.34020/1993-4386-2025-4-103-111.
13. Kozhaeva E.A. ESG-transformatsiya sistemy upravleniya predpriyatiyamiv industrial'nom domostroenii: analiz bar'erov i upravlencheskaya model' // *Mezhdunarodnyi nauchnyi zhurnal*. 2025. № 6(106). S. 109-120. DOI 10.34286/1995-4638-2025-106-6-109-120.
14. Burkova A.D. Razvitie ESG-reitingov v Rossii // *Research and development – 2025 : Sbornik statei II Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Petrozavodsk, 26 maya 2025 goda.* – Petrozavodsk: Mezhdunarodnyi tsentr nauchnogo partnerstva "Novaya Nauka" (IP Ivanovskaya I.I.), 2025. S. 369-374.
15. Dovbii I.P. Audit ESG-otchetnosti predpriyatii energeticheskogo i promyshlennogo sektora Rossiiskoi ekonomiki: vyzovy i problemy // *Vestnik Yuzhno-Ural'skogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i menedzhment*. 2025. T. 19. № 1. S. 63-77. DOI 10.14529/em250105.

Статья поступила в редакцию 09.06.2026
Принята к публикации 27.08.2026

Received 09.06.2026
Accepted for publication 27.08.2026