

DOI 10.58351/2949-2041.2026.34.5.039

**Руднева Ирина Дмитриевна**, магистрант  
Финансовый университет при Правительстве РФ  
Rudneva Irina Dmitrievna, Master's student  
Financial University under the Government of the Russian Federation

**РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ  
В ФОРМИРОВАНИИ ДОЛГОСРОЧНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ  
THE ROLE OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF AUTOMAKERS  
IN SHAPING LONG-TERM INVESTMENT DECISIONS**

**Аннотация.** В статье рассматривается, как следование принципам корпоративной социальной ответственности (КСО) автопроизводителями сказывается на их способности привлекать долгосрочные инвестиции. Исследование, основанное на теоретических разработках и анализе деятельности «Kia Россия и СНГ», демонстрирует, что социальная ответственность является ключевым фактором в снижении инвестиционных рисков, повышении репутации и, как следствие, в создании благоприятной среды для привлечения стратегических капиталовложений. Анализ проводится с учетом особенностей трансформирующегося российского автомобильного рынка.

**Abstract.** The article examines how following the principles of corporate social responsibility (CSR) by automakers affects their ability to attract long-term investments. The study, based on theoretical developments and analysis of Kia Russia and the CIS, demonstrates that social responsibility is a key factor in reducing investment risks, improving reputation and, as a result, in creating a favorable environment for attracting strategic investments. The analysis is carried out taking into account the peculiarities of the transforming Russian automotive market.

**Ключевые слова:** Корпоративная социальная ответственность (КСО), долгосрочные инвестиционные решения, устойчивая мобильность, ESG-критерии, устойчивое развитие.

**Keywords:** Corporate social responsibility (CSR), long-term investment decisions, sustainable mobility, ESG criteria, sustainable development.

Автомобильный рынок сегодня – это арена не только технологических инноваций, но и повышенных требований со стороны всех участников: потребителей, регулирующих органов и инвесторов. Они ожидают от автопроизводителей не только качественной продукции, но и этичного поведения, прозрачности деятельности и активного участия в решении социальных проблем. В условиях экономической нестабильности, которая особенно остро ощущается в России с 2022 года, вопросы устойчивости бизнеса приобретают первостепенное значение. Инвесторы все чаще воспринимают программы корпоративной социальной ответственности (КСО) не как обременительные расходы, а как ценный стратегический ресурс, способный гарантировать стабильную прибыль в будущем. Цель данного исследования – проанализировать, каким образом КСО воздействует на выбор инвесторов, и подкрепить это конкретным кейсом.

Автомобильная промышленность традиционно рассматривает корпоративную социальную ответственность (КСО) через призму трех ключевых направлений, которые можно образно назвать "корзинами":

1. Экономическая составляющая: Фокус на производстве высококачественной, безопасной и доступной продукции, а также на честном ценообразовании.
2. Экологическая составляющая: Активные усилия по сокращению вредных выбросов, внедрению инновационных "зеленых" технологий и минимизации экологического следа производственных процессов.
3. Социальная составляющая: Инвестиции в развитие человеческого капитала, обеспечение безопасных и комфортных условий труда, а также поддержка социальных и благотворительных проектов за пределами компании [3].



Научные данные убедительно свидетельствуют о том, что последовательная работа по этим направлениям оказывает прямое положительное влияние на инвестиционный климат вокруг компании. Эти эффекты проявляются следующим образом:

1. Устранение информационной асимметрии: Прозрачное информирование об экологической и социальной политике позволяет инвесторам более точно оценивать потенциальные риски и будущие возможности компании.

2. Наращивание репутационного капитала: Позитивный имидж в глазах потребителей, местных сообществ и государственных органов создает своего рода "защитный буфер" в периоды кризисов.

3. Снижение стоимости привлечения капитала: Компании, демонстрирующие высокие стандарты КСО, воспринимаются как более стабильные и предсказуемые, что может привести к снижению требований инвесторов к ожидаемой доходности (стоимости собственного капитала).

4. Укрепление лояльности всех заинтересованных сторон: Доверие со стороны сотрудников, поставщиков и региональных властей минимизирует операционные риски и облегчает реализацию долгосрочных стратегических проектов, включая масштабирование бизнеса.

5. В итоге, КСО трансформируется из категории расходов в стратегический инструмент управления инвестиционными рисками и повышения фундаментальной стоимости бизнеса.

Компания «Kia» служит показательным примером российского бизнеса с продуманной социальной политикой. Их комплексная программа корпоративной социальной ответственности (КСО) включает следующие направления:

1. Стратегическое партнерство в благотворительности: Долгосрочное взаимодействие с авторитетными благотворительными организациями, такими как «Подари жизнь», «ЛизаАлерт», Благотворительный фонд Константина Хабенского и Фонд борьбы с лейкемией.

2. Социальные инициативы, формирующие ценности: Участие в проектах «Доброшрифт» и «Автотрезвость», нацеленных на развитие инклюзивности и формирование культуры безопасного поведения на дорогах.

3. Инвестиции в будущее через образование и волонтерство: Предоставление электромобилей университетам для научных исследований и поддержка значимых волонтерских движений, как #МыВместе в период пандемии.

4. Системный подход к устойчивому развитию на глобальном уровне: Интеграция принципов ESG (экологическое, социальное и корпоративное управление) в корпоративную стратегию, что выражается в создании специализированных комитетов по устойчивому развитию и управлению рисками, включая репутационные.

В свете потенциального возвращения Kia на российский рынок в 2025-2026 годах, после приостановки операций в 2022 году (о чем свидетельствуют заявки на новые товарные знаки), накопленный репутационный капитал, сформированный благодаря многолетней социально ответственной деятельности, приобретает особую ценность для инвесторов [5].

Для успешного возвращения на сложный российский рынок крупному автопроизводителю потребуются существенные инвестиции в возобновление производства, логистику, развитие дилерской сети и маркетинговые кампании. Решения инвесторов и материнской компании будут зависеть от тщательного анализа всех сопутствующих рисков. Здесь программы корпоративной социальной ответственности (КСО) приносят ощутимую пользу:

1. Укрепление доверия: Прошлые активные социальные инициативы формируют положительный образ компании, что выгодно как для потребителей, так и для региональных властей. Это может значительно упростить процесс переговоров о возобновлении работы и обеспечить необходимую административную поддержку.



2. Снижение репутационных угроз: В периоды неопределенности наличие подтвержденной истории социальных инвестиций демонстрирует долгосрочные намерения и серьезность компании. Это критически важно для привлечения надежных партнеров и высококвалифицированных сотрудников.

3. Согласование с государственными приоритетами: Российская стратегия развития автомобильной промышленности до 2035 года делает упор на технологическое развитие, импортозамещение и создание новых производств. Компании, чья деятельность гармонирует с социальными и экологическими целями этой стратегии (например, через поддержку образования или передачу технологий), будут рассматриваться как более привлекательные партнеры для совместных проектов и могут рассчитывать на государственную поддержку [1].

Следовательно, для Kia социальная ответственность является не просто элементом PR, а стратегическим инструментом, который снижает общие риски при реинтеграции на российский рынок и помогает привлечь необходимые для этого ресурсы.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что в современной бизнес-среде, особенно в капиталоемкой и социально значимой автомобильной отрасли, социальная ответственность перестала быть второстепенным фактором. Она стала императивом стратегического управления. В России, где происходят значительные изменения в цепочках поставок и переосмысление бизнес-моделей, роль корпоративной социальной ответственности (КСО) в привлечении инвестиций только возрастает. Инвесторы, планирующие вложения на 5-10 лет вперед, будут отдавать предпочтение компаниям, обладающим не только передовыми технологиями, но и прочной "социальной лицензией" на деятельность.

Компании с устоявшимся опытом социального партнерства, как Kia, имеют более выгодные позиции для взаимодействия с российскими стейкхолдерами по сравнению с новыми участниками рынка. Следовательно, инвестиции в КСО сегодня – это, по сути, авансовое финансирование будущей инвестиционной привлекательности, своего рода страховка от репутационных кризисов и фундамент для устойчивого роста в период нестабильности.

Опыт ведущих российских промышленных предприятий, таких как ПАО «КАМАЗ», также демонстрирует прямую связь между высоким рейтингом социальной ответственности и лидирующими позициями в отрасли, а также стабильностью [4].

В конечном итоге, социально ответственный автопроизводитель генерирует ценность не только для своих акционеров, но и для всего общества, что является наилучшей гарантией его долгосрочной жизнеспособности и инвестиционной привлекательности

### Список литературы:

1. Распоряжение Правительства РФ от 28 декабря 2022 г. № 4261-р Об утверждении Стратегии развития автомобильной промышленности Российской Федерации до 2035 г. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.garant.ru/>
2. Результаты деятельности ПАО "ЛК "Европлан" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://europlan.ru/>
3. Ответственный инвестор: как заставить корпорации работать на благо – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.bcs.ru/>
4. Официальный сайт ПАО "КАМАЗ" – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kamaz.ru/>
5. Социальная ответственность – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kia.ru/about/social/>

