

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS DURING THE WAR IN UKRAINE

Стаття присвячена дослідженню корпоративної соціальної відповідальності підприємства як важливого напрямку управління, що набуває зростаючої актуальності в контексті розвитку організацій, проектів та підприємств. Обґрунтовано важливість корпоративної соціальної відповідальності підприємства, аналізуючи її ключові внутрішні та зовнішні особливості. Розглянуто поняття корпоративна соціальна відповідальність не просто як волонтерство, а як один з найдієвіших інструментів щодо екологічних, соціальних та управлінських питань. В статті виокремлено основні характеристики та принципи соціальної відповідальності бізнесу. Досліджено основні аспекти та засоби, якими соціально відповідальні компанії втілюють свої ініціативи. Підкреслено, що кожен інструмент має на меті зменшення негативного соціального та екологічного впливу, підштовхування позитивних змін у громадах та поліпшення якості життя та добробуту працівників. Наведено приклади корпоративної соціальної відповідальності вітчизняних та закордонних компаній. Досліджено стан та перспективи взаємозв'язку соціальної відповідальності підприємства та штучного інтелекту.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, компанія, повномасштабне вторгнення, управління.

УДК 330.34

DOI: <https://doi.org/10.32782/bses.87-25>

Пахота Н.В.¹

к.е.н., доцент кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування, Державний університет інфраструктури та технологій

Шурак Л.Я.

здобувач 1 курсу третього (освітньо-наукового) рівня, Державний університет інфраструктури та технологій

Pakhota Nataliia

State University of Infrastructure and Technologies

Shurak Lev

State University of Infrastructure and Technologies

In recent years, the issues of social responsibility and professional ethics in business have become increasingly important. The experience of developed countries shows that it is impossible to build a civilised and harmoniously developed society without an optimal combination of legislative, regulatory, social and personal components. Therefore, one of the most pressing issues today is the question of building a civilised society that will be responsible to future generations for the products and results of its activities and management. Businesses around the world are increasingly aware of and feel the need for a socially responsible attitude towards their environment. The most important thing for an enterprise is to understand the principles of social responsibility and to implement them correctly in practice. This article is devoted to the study of corporate social responsibility of an enterprise as an important area of management, which is becoming increasingly relevant in the context of development of organisations, projects and enterprises. The importance of corporate social responsibility of an enterprise is substantiated by analysing its key internal and external features. The article considers the concept of corporate social responsibility not just as volunteering, but as one of the most effective tools for environmental, social and governance issues. The article highlights the main characteristics and principles of corporate social responsibility. The main aspects and means by which socially responsible enterprises implement their initiatives are explored. As part of CSR, companies take care of the well-being of employees, engage in charity, and participate in projects in the field of ecology, education, culture, and sports. CSR activities can be aimed at the company's employees, the public, and the environment. It is emphasised that each CSR tool aims to reduce negative social and environmental impact, promote positive changes in communities, and improve the quality of life and well-being of employees. Examples of corporate social responsibility of domestic and foreign enterprises are provided. The status and prospects of the relationship between corporate social responsibility and artificial intelligence are investigated.

Key words: corporate social responsibility, company, full-scale invasion, management.

Постановка проблеми. Корпоративна соціальна відповідальність набуває дедалі більшого значення в діловій практиці. Коли компанія подає гарний приклад і діє стійким та екологічним чином це підвищує її репутацію. Діяльність підприємницьких структур безпосередньо впливає на стан соціальних проблем суспільства, тому що прибуток виступає як джерело прямих податків і соціальних внесків. Віддаючи належне проведеним дослідженням Незважаючи на проведені дослідження, слід визнати, що питання інтеграції корпоративної соціальної відповідальності в стратегії розвитку українських підприємств під час повномасштабного вторгнення ще недостатньо вивчене. З огляду на зростаючу важливість соціальних аспектів у діяльності компаній це питання потребує подальшого дослідження та аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування та розвитку корпоративної

соціальної відповідальності досліджуються в наукових працях Іршак О.С. [3], Карпенко О.О. [4], Константиновський Л.Л. [5], Огінок С.В. [7] та багатьох інших відомих вітчизняних вчених, а також провідних фахівців у галузі КСВ та розвитку бізнесу. Автори досліджують питання прояву внутрішньої та зовнішньої КСВ, а також приділяють увагу різновидам соціальної відповідальності.

Постановка завдання. Розвиток українського бізнесу під час повномасштабного вторгнення, інтеграція до європейської економічної системи, екологічні та соціальні виклики вимагають від підприємств здійснення соціально відповідальної діяльності. Сьогодні зобов'язання сучасної організації приймати рішення та виконувати їх на благо суспільства. Таким чином для успішного функціонування соціального підприємства необхідно не лише ефективно організовувати бізнес-процеси, а й мати глибоке розуміння соціального аспекту

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7905-8085>

своєї діяльності. Метою статті є аналіз внутрішньої та зовнішньої політики ведення КСВ свідомого українського бізнесу в період великої війни.

Виклад основного матеріалу дослідження.

У сучасному світі корпоративна соціальна відповідальність стала відмінною рисою свідомого бізнесу. В Україні соціально орієнтовані практики набули особливого значення під час повномасштабного вторгнення. Великі корпорації відчують зобов'язання перед своїми працівниками та суспільством, що виходять за межі законодавчих вимог. Як правило, чим успішніший бізнес, тим ширше коло соціальних обов'язків він бере на себе. Ці зобов'язання реалізуються через різноманітні програми та практики, спрямовані як на внутрішні потреби компанії, так і на зовнішню підтримку спільнот.

Науковці та практики виділяють внутрішню та зовнішню соціальну відповідальність компаній [3]. Внутрішня корпоративна соціальна відповідальність в першу чергу зосереджена на добробуті працівників. Відповідальний роботодавець забезпечує гідні умови праці, стабільну зарплату, а також медичне і соціальне страхування. Компанії, які цінують людський капітал, інвестують у навчання своїх співробітників і надають їм всебічну підтримку в складних життєвих обставинах. Особливу увагу приділяють підтримці співробітників, які стали на захист України, і вживають заходів для підтримки колег, які повертаються з війни, включаючи реабілітацію та теплу зустріч у колективі. Ці аспекти є надзвичайно актуальними сьогодні.

Турбота про суспільство, всіх стейкхолдерів поза самою компанією – це є прояв зовнішньої КСВ. Традиційно такий вид КСВ включає заходи з охорони навколишнього середовища та допомогу державі, громадам і окремим людям під час кризових ситуацій, таких як війна, техногенні катастрофи чи стихійні лиха. У воєнний час українська КСВ зосереджується на таких напрямках, як підтримка неурядових організацій, безоплатне надання товарів і послуг, допомога громадам, адаптація виробництва до потреб фронту, авансові сплати податків, корпоративне волонтерство та підтримка постачальників. Очевидно, що протистояння російській агресії та подолання її наслідків стали ключовими чинниками у формуванні КСВ-стратегій в Україні.

Однак на третьому році повномасштабного вторгнення проявилася наступна тенденція: в багатьох компаніях ініціативи з допомоги Збройним силам України або потерпілим громадянам згрупувалися у великі напрямки та проєкти [1]. Зважаючи на виклики часу, далі в статті розглянемо приклади практик впровадження КСВ на різних рівнях, табл. 1.

З вище вказаної таблиці ми можемо спостерігати наступну динаміку. Компанії, які діють на тери-

торії України прикладають багато зусиль реагуючи на виклики сьогодення. Спрямовують заходи КСВ не тільки на формування успішного іміджу, екологічні та соціальні питання, а сприяють вирішенню суспільних проблем (таких як бідність і нерівність) і гарантують, що ідентичність їхнього бренду відображає їхні цінності. Сприяють встановленню етичного балансу між подвійними обов'язками, прагнення до прибутку та користі для суспільства в цілому. Популяризують успішні кейси впровадження соціально орієнтованих програм на третьому році війни.

Слід зазначити, що, неправильно вести мову про соціально відповідальну компанію тільки тому, що вона здійснює благодійні акції. Кожна компанія, насамперед, зобов'язана виконувати вимоги, пов'язані з безпекою споживачів, співробітників, довкілля та підлаштовуватися під виклики сьогодення. Без цього вона, в принципі, не має права на існування.

Оскільки будь-яка компанія, що займається бізнесом, створена з метою виробництва та продажу товарів або послуг для задоволення потреб клієнтів і отримання прибутку, вона повинна постійно слідкувати за тим, щоб вони відповідали чинному законодавству та вимогам клієнтів. Крім того, кожна компанія повинна дотримуватися норм і правил соціального забезпечення, соціального захисту та сплачувати податки, які використовуються для вирішення соціальних проблем суспільства. Тільки на цій підставі правомірно судити про те, чи перевищила компанія норми і правила безпеки, якості, соціального забезпечення, соціального захисту та різних спеціальних благодійних заходів.

Корпоративна соціальна відповідальність допомагає завоювати довіру споживачів, підвищити обізнаність і стимулювати соціальні зміни. Хоча багато компаній роблять свій внесок, зусилля великих глобальних корпорацій мають далекосяжні результати, які можуть вплинути на глобальні проблеми, від голоду та здоров'я до глобального потепління та зміни клімату.

Окрім того, у зв'язку з тим, що компанії швидко впроваджують штучний інтелект (ШІ), компаніям тепер потрібно пов'язувати свої зусилля з КСВ із відповідальними зусиллями щодо ШІ [11].

Багато брендів стають активнішими та демонструють свою підтримку важливих соціальних питань у соціальних мережах і це супроводжується великою ефективністю. Компанії публічно закликають виступити проти соціальної та політичної несправедливості, що негативно впливає на життя людей. Навіть політика захисту конфіденційності даних у постійно мінливому середовищі може стати частиною тенденцій КСВ, оскільки все більше і більше порушень даних загрожують особистій інформації [11].

Таблиця 1

Приклади впровадження корпоративної соціальної відповідальності підприємствами в Україні

Компанія	Приклади впровадження КСВ
1	2
Телекомунікації та логістика	
Київстар [1; 10]	Український телеком-оператор встановив за собою завдання захисту та підтримки України та її населення. Однією з ключових стратегій корпоративної соціальної відповідальності є підтримка держави та тих, хто постраждав від війни, а також відновлення цифрової інфраструктури країни. Крім цього, оператор впроваджує ряд успішних соціальних ініціатив. Так, компанія, працівники та клієнти вкладають свої зусилля та ресурси у допомогу країні на суму понад 1,6 мільярда гривень. Проект «Нам тут жити» став одним із найзначущіших соціальних ініціатив компанії, реалізованим у партнерстві з Фондом «Повернись живим».
Нова пошта [6]	У 2022 році компанія відновлює роботу у 45 звільнених населених пунктах Донецької та Харківської областей та 183,5 млн грн направляє на системну підтримку української армії. У взаєминах з державою Нова пошта керується принципом забезпечення сталого розвитку сьогодні і пошуком перспектив на майбутнє. Для її утримання економіки країни Нова пошта робить все можливе - від сплати податків в усі бюджети до створення нових сучасних робочих місць та стимуляції до роботи інших бізнесів. Нова пошта підтримує 10 принципів Глобального договору, продовжує працювати у сфері боротьби з наслідками військових дій в Україні, пропагандою здорового й активного способу життя, розвитку підприємницької активності, створенням гідних умов праці тощо.
Vodafone Україна [8]	Попри війну Росії проти України, компанія продовжує розвивати цифрову інфраструктуру, оскільки вона є фундаментом для відновлення країни, забезпечення рівного доступу до цифрових сервісів, інформації, медицини, освіти, інших базових потреб людей та подоланню цифрової нерівності. В рамках проекту від Vodafone Україна та БФ «Чисті Серцем» було передано 3 368 аптек першої медичної допомоги загальною вартістю понад 9 млн грн для населення прифронтових регіонів України. Компанія забезпечила постійним доступом до занять онлайн 5 000 українських школярів. Також Vodafone Україна активно займається мінімізацією відходів та спрямовує зусилля на їхню утилізацію.
Роздрібна торгівля	
FOZZY GROUP [1; 9]	Мережа супермаркетів FOZZY GROUP – «Сільпо» запустила соціальну акцію «Останній стаканчик». Метою цієї акції є підтримка та популяризація екологічного споживання. Мережа магазинів закликає замінити одноразові склянки на екологічні альтернативи. Щоб залучити аудиторію до ініціативи, компанія проводить онлайн-челендж і розіграш подарункових сертифікатів.
EVA [12]	EVA завжди допомагала суспільству, однак до повномасштабного російського вторгнення увага мережі магазинів була до інших питань та орієнтувалися на потреби жінок. Так, у 2022 році трансформували свій соціальний проект щодо цінностей родини та залучили до участі татусів і дідусів. Компанія перейшла до спеціалізованих проектів і передала одній з військових частин 200 броневиків IV класу за стандартами НАТО. Разом з клієнтами компанія спрямувала понад 61 млн грн на потреби Збройних сил України (ЗСУ), на допомогу постраждалим від війни та на підтримку тварин у притулках. У 2023 році EVA відзначилася проведенням серії благодійних зборів на підтримку постраждалих від російських атак у Дніпрі, Запоріжжі, Кривому Розі, а також тих, хто постраждав від вибуху на Каховській ГЕС. За допомогою цих зусиль вдалося зібрати понад 5,8 мільйонів гривень, щоб задовольнити нагальні потреби людей.
АТБ корпорація [1]	Як відповідальний та спрямований на соціальні потреби бізнес, компанія АТБ активно долучається до розв'язання актуальних проблем українського суспільства. Починаючи з початку війни, головним пріоритетом стала підтримка наших захисників, медичного та рятувального персоналу. Протягом 2023 року корпорація реалізувала понад 15 проектів, серед яких виділяються «Сертифікат для ЗСУ» (зібрано 70 мільйонів гривень), «Мене це стосується», «Благодійний внесок» та інші. Для потреб ЗСУ вже закуплено понад тисячу дронів та аналогічну кількість сучасної автотехніки.
Фармацевтична промисловість	
Фармак [1]	Всі ініціативи компанії у сфері сталого розвитку націлені на поліпшення життя людей, сприяють поширенню здорового способу життя, збільшенню екологічної свідомості, забезпечують безпеку на роботі та підтримують соціальну активність та волонтерство серед співробітників «Фармак». У 2023 році «Фармак» та мережа аптек «Аптека Доброго Дня» спільно розпочали пілотний проект з утилізації лікарських засобів в яких закінчився термін придатності. Також компанія вже тричі допомогла людям з деокупованих територій безкоштовно пройти обстеження лікарів та отримати необхідні ліки.
ІнтерХім [1]	Фармацевтичний виробник витратив понад 210 мільйонів гривень на потреби ЗСУ. Допомогу отримали понад 40 військових підрозділів, серед яких вирізняються морські дрони, РЕР RPS-7 Inhul, безпілотники Deltaquad Pro, FPV-дрони, обладнання для вогневих груп, прилади нічного бачення для «Нептунів», медичні евакуаційні засоби, а також спеціальні човни та інше обладнання.

1	2
Банківська сектор	
Universal Bank (Monobank) [2]	Під час повномасштабної війни неабиякої популярності набув продукт «банка», завдяки якому на підтримку ЗСУ Monobank зібрали понад 11 млрд грн.
ПУМБ [1]	Від початку повномасштабного вторгнення ПУМБ вклав у підтримку своїх співробітників суму в розмірі 185 мільйонів гривень. Це фінансова допомога в разі втрати або пошкодження житла, поранення працівників чи смерті членів їхніх родин. Мобілізовані колеги продовжують отримувати повну зарплату. Банк також направив на підтримку ЗСУ 163 мільйони гривень, які були використані на придбання бронешлемів, шоломів, радіостанцій, тепловізорів, тактичного одягу і взуття, дронів, автомобілів, буржуйок, спальників та іншого обладнання.

Джерело: сформовано авторами на основі даних [1; 2; 6; 8; 9; 10; 12]

Сьогодні штучний інтелект пропонує сучасним компаніям багато переваг – автоматизацію, оптимізацію та персоналізацію, але одночасно несе ризики. Оскільки, штучний інтелект дуже сильно залежить від даних для вивчення та надання розуміння, погані або неправильні дані можуть створити спотворені результати та призвести до упередженості, яка призведе до нерівності чи упередженості. Існує тісний зв'язок між відповідальним штучним інтелектом і зусиллями щодо сприяння соціальній та екологічній стійкості. Одним з міжнародних прикладів прояву гармонійного поєднання КСВ та ШІ є: Huawei Technologies Co, Google, Coca-Cola, Ford Motor Company, Netflix та Spotify [11].

Споживачі також можуть бути збиті з пантелику тим, як ШІ використовується в компанії, і створити атмосферу недовіри, якщо не докласти зусиль, щоб бути прозорим і справедливим у його використанні [11].

Окрім розробки рішень на основі ШІ, відповідальні ШІ-організації встановлюють тісний зв'язок між рішеннями та суспільством, використовуючи цінності, які ставлять людей у центр розробки. У такому контексті люди з більшою ймовірністю будуть використовувати, довіряти і рекомендувати продукти. Крім того, завдяки такому зв'язку компанія краще розуміє потреби та проблеми суспільства, а отже, може розробляти рішення, які є важливими для нього, а це є ключ до успіху бізнесу та інновацій. В результаті швидше вирішуються виробничі завдання, покращується імідж підприємства та зміцнюється конкурентні позиції на ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження показало, що корпоративна соціальна відповідальність дозволяє компанії здійснювати позитивні зміни. Тобто коли організації вирішують робити те, що є правильним не лише для максимізації її прибутку, але й для того, щоб зміцнити довіру клієнтів та споживачів. Чим більше соціальна відповідальна компанія, тим більше підтримкою стає її спільнота та споживачі. Подолання російської агресії та її наслідків визначили нові стратегії просування КСВ українських

компаній. З 2022 року відбулася тенденція згурпування ініціатив у багатьох компаніях, де допомога військовим та постраждалим громадянам увійшла у великі проекти та напрямки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ділова столиця. Топ-10 соціально відповідальних компаній. URL: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-10-socialno-vidpovidalnih-kompaniy-28112023-491434>
2. Економічна правда. Олег Гороховський: Зараз за мільярд доларів я б Monobank не продавав. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/18/696066/>
3. Іршак О., Коломієць О., Черепанин А. Види корпоративної соціальної відповідальності в контексті досягнення цілей сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3379/3306>
4. Карпенко О.О., Мандзюк Н.К. Соціальна відповідальність як чинник економічного розвитку вітчизняних підприємств. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>
5. Константиновський Л.Л. Зміни корпоративної соціальної відповідальності підприємств сфери ритейлу на початку російського вторгнення в Україну 2022 року / Л.Л. Константиновський // *The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects* : монографія. 2022. С. 151–159.
6. Нова пошта (2022) Звіт зі сталого розвитку. URL: https://novaposhta.ua/csr/build/pdf/NP-Report%202022_UKR_27-12-2023.pdf
7. Огінок С., Когут А. Вплив соціального менеджменту на міжнародний бізнес. *Економіка та суспільство*. 2023. № 55. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2841>
8. Річний звіт зі сталого розвитку за 2023 рік Vodafone Україна. URL: <https://www.vodafone.ua/storage/editor/files/shhoricnii-zvit-zi-stalogo-rozvitku-za-2023-rik.pdf>
9. Хмарна редакція Content.UA. Більше цінності для клієнтів. Як соціальна відповідальність рухає бізнес уперед. URL: <https://content.ua/ukr/blog/impact>

10. Що таке корпоративна соціальна відповідальність та навіщо вона бізнесу? URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-korporatyvna-soczialna-vidpovidalnist-ta-navishho-vona-biznesu>

11. Digital Marketing Institute. 16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully. URL: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>

12. NV. Як EVA працює з проектами допомоги суспільству та чому вони отримують міжнародне визнання. URL: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/eva-socialni-proyekti-ta-korporativna-socialna-vidpovidalnist-v-umovah-viyini-50411432.html>

REFERENCES:

13. Dilova stolytsya. Top-10 sotsial'no vidpovidal'nykh kompaniy [Business capital. Top 10 socially responsible companies]. Available at: <https://www.dsnews.ua/ukr/economics/top-10-socialno-vidpovidalnih-kompaniy-28112023-491434>

14. Ekonomichna pravda. Oleh Horokhovs'kyi: Zaraz za mil'yard dolariv ya b Monobank ne prodavav [Economic Truth. Oleg Gorokhovsky: I wouldn't sell Monobank for a billion dollars right now]. Available at: <https://www.epravda.com.ua/publications/2023/01/18/696066/>

15. Irshak, O., Kolomiyets', O., Cherepyn, A. (2024). Vydy korporativnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti v konteksti dosyahnennya tsiley staloho rozvytku [Types of corporate social responsibility in the context of achieving sustainable development goals]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, (59). Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3379/3306>

16. Karpenko, O. O., Mandzyuk, N. K. (2018) Sotsial'na vidpovidal'nist' yak chynnyk ekonomichnoho rozvytku vitchyznyanykh pidpryemstv [Social responsibility as a factor of domestic enterprises economic development]. *Efektivna ekonomika*, vol. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6219>

17. Konstantynovs'kyi L. L. (2022) Zimny korporativnoyi sotsial'noyi vidpovidal'nosti pidpryemstv sfery ryteylu na pochatku rosiys'koho vtorhennya v Ukrainu 2022 roku [Changes in the Corporate Social Responsibility of Retail Enterprises at the Beginning of the Russian Invasion of Ukraine in 2022]. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects*. Available at: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6420/13273-1?inline=1>

18. Nova poshta (2022) Zvit zi staloho rozvytku [Nova Poshta Sustainability report]. Available at: https://novaposhta.ua/csr/build/pdf/NP-Report%202022_UKR_27-12-2023.pdf

19. Ohinok, S., Kohut, A. (2023). Vplyv sotsial'noho menedzhmentu na mizhnarodnyy biznes. [The impact of social management on international business. Economy and society]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. 55. Available at: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2841>

20. Richnyy zvit zi staloho rozvytku za 2023 rik Vodafone Ukrayina (2023) [Annual Sustainability Report 2023 Vodafone Ukraine]. Available at: <https://www.vodafone.ua/storage/editor/files/shhoricnii-zvit-zi-stalogo-rozvitku-za-2023-rik.pdf>

21. Khmarna redaktsiya Content.UA. Bil'she tsinnosti dlya kliyentiv. Yak sotsial'na vidpovidal'nist' rukhaye biznes upered [Cloud edition of Content.UA. More value for customers. How social responsibility drives business forward]. Available at: <https://content.ua/ukr/blog/impact>

22. Shcho take korporativna sotsial'na vidpovidal'nist' ta navishcho vona biznesu? (2023) [What is corporate social responsibility and why does business need it?]. Available at: <https://hub.kyivstar.ua/articles/shho-take-korporativna-soczialna-vidpovidalnist-ta-navishho-vona-biznesu>

23. Digital Marketing Institute. 16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully (2024) [Digital Marketing Institute. 16 Brands Doing Corporate Social Responsibility Successfully]. Available at: <https://digitalmarketinginstitute.com/blog/corporate-16-brands-doing-corporate-social-responsibility-successfully>

24. NV. Yak EVA pratsyuye z proyektamy dopomohy suspil'stvu ta chomu vony otrymuyut' mizhnarodne vyznannya (2024) [How EVA works with community service projects and why they are internationally recognized]. Available at: <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/eva-socialni-proyekti-ta-korporativna-socialna-vidpovidalnist-v-umovah-viyini-50411432.html>