

так і негативні моменти. В сучасних умовах функції медичних закладів у сфері розвитку персоналу значно розширились. Система підготовки, підвищення кваліфікації й перепідготовки працівників в медичній сфері, з одного боку, повинна швидко реагувати на зміни потреб галузі в робочій силі, а з іншого – надати можливість медичним працівникам відповідно до їх інтересів підвищувати свій професійний рівень і навчатись.

Таким чином, система розвитку персоналу в медичних установах повинна бути гнучкою, спроможною змінювати методи, сутність та організаційні форми згідно з потребами пацієнтів і суспільства загалом та ситуацією, що складається на ринку праці. При цьому управління розвитком персоналу повинно сконцентровувати свої зусилля на рішення основних проблем, а саме розробки стратегії по формуванню кваліфікованого персоналу; визначення потреби у навчанні медичних працівників за спеціальностями; вибору форм і методів професійного розвитку персоналу; вибору джерел фінансового забезпечення всіх видів навчання.

Список використаних джерел

1. Базалійська Н. П., Пилипчук У. О. Управління розвитком персоналу як функціональна підсистема системи управління персоналом. *Молодий вчений*. 2014. № 6 (1). С. 73 – 75.
2. Даниленко О. А. Особливості діагностики системи управління персоналом на стадіях життєвого циклу організації в умовах конкурентного середовища. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 8 (110). С. 92 – 102.
3. Сівашенко Т. Сучасні підходи до оцінки персоналу. *Економічний аналіз: збірник наукових праць*. 2011. Вип. 8. Ч. 2. С. 315 – 317.

UDC 339.166

JEL Classification: L66

Nwafor F. N., Ph.D. student,
the Management & Taxation Department,
National technical university “Kharkiv polytechnic institute”, Kharkiv
Nashchekina O. N., Ph.D. in Phys. & Math., associate professor,
Associate professor at the Management and Taxation Department,
National technical university “Kharkiv polytechnic institute”, Kharkiv

CREATING VALUE FOR SOCIETY: CSR PRACTICES OF FOOD AND BEVERAGE COMPANIES IN NIGERIA

The importance of corporate social responsibility (CSR) can hardly be questioned today given the impact of business on society. The economic might of large corporations is often comparable with that of states, which makes



Nwafor, F. N., & Nashchekina, O. N. (2020). Creating value for society: CSR practices of food and beverage companies in Nigeria. *Hlobalni tendentsii v ekonomitsi, finansakh ta upravlinni* (pp. 88 – 90). Odesa: Eastern European Center for Scientific Research.

corporations important political and economic players not only within national borders but also on a global scale. Large business organizations have the potential to create social and environmental problems due to negative externalities generated by production and consumption activities, but they are also capable of making a significant contribution to improving social wellbeing and making the world more sustainable. Few, if any, writers on CSR today share M. Friedman's viewpoint that "the social responsibility of business is to increase its profits" [1] and CSR embeds threat to the purpose of business.

CSR is a multidimensional phenomenon, which can be driven by different motives, related to different spheres and take place in different forms. The major issues regarding CSR that have been discussed in both academic and business literature for over sixty years are to what extent companies should be involved in solving societal problems and how companies themselves can benefit from CSR, i.e. whether CSR is always an expenditure on a company's balance sheet.

Some authors regard CSR as a normative concept and associate it mostly with corporate philanthropy that targets social issues unrelated to a company's business, thus viewing CSR in terms of a cash outflow, which negatively affects the company's profits. M. Porter and M. Kramer [2] criticize and regard such CSR as non-strategic and suggest instead the concept of creating shared value (CSV), a principle "which involves creating economic value in a way that also creates value for society by addressing its needs and challenges" [2]. Although the CSV model is positioned by its authors as a new, superior to CSR paradigm, which should guide companies' investments in local communities, the idea of CSV is essentially an extension and refinement of what is called "business case for CSR". Thus, compared to corporate philanthropy, which is viewed as moral duty or/and at best the means to improve the company's reputation, CSV is more pragmatic, instrumental and aimed at increasing profits and building competitive advantages.

The goal of our study is to find out which forms of CSR are implemented by Nigerian food and beverage companies and whether they use the principle of CSV. For this purpose, we examined the CSR related communications on the websites of a sample of companies, including Rite Foods Ltd. [3], UAC of Nigeria [4], Nestle Nigeria [5].

The analysis of CSR initiatives of the local companies Rite Foods Ltd. and UAC of Nigeria has shown that both of them place a strong emphasis on corporate philanthropy. UAC of Nigeria's CSR initiatives are mostly aimed at supporting the disadvantaged groups in the community, sponsoring sports activities and public events. The range of Rite Foods' CSR practices is wider. In addition to charitable contributions, Rite Foods supports events that promote civil freedoms and environmental sustainability, attempts to induce social change through educating and enlightening people on different matters ranging from health issues to human rights. Such activities have a more profound impact on the community, are aimed at improving the company's competitive environment and can be said to contain some elements of shared value.

The global company Nestle, which is known for its advancing the idea of CSV, explicitly extends this approach to its Nigerian subsidiary. The material issues relevant for the company's stakeholders in Nigeria include nutrition, rural development, access

to water supply, aiding local entrepreneurs. All these issues are connected with the company's business. In particular, promoting local sourcing through training farmers is related to the company's supply chains, while the responsible stewardship of water reduces costs and secures supplies for the company's business.

All companies analyzed in this study have contributed to cushioning the adverse effects of Covid-19 pandemic through donating food to the most vulnerable community groups, supporting the government relief efforts, providing help to medical institutions. Some of these practices are purely philanthropic (and very relevant in emergency situations), however helping prevent the spread of coronavirus can be regarded as CSV.

Thus, corporate philanthropy remains the predominant form of CSR for local companies in Nigeria, however, due to globalization, more advanced and strategic approaches to CSR come on the scene.

References

1. Friedman M. The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *New York Times Magazine*. 1970. P. 32 – 33, 122, 126.
2. Porter M. E., Kramer M. R. Creating Shared Value. *Harvard Business Review*. 2011. Vol. 89. № 1 – 2. P. 62 – 77.
3. Rite Foods Ltd. URL: <https://www.ritefoodsltd.com>.
4. United Africa Company of Nigeria. URL: <https://www.uacnplc.com>.
5. Nestle-Nigeria. URL: <https://www.nestle-cwa.com/en/csv/nestl%C3%A9-nigeria/about-nestl%C3%A9-nigeria>.

УДК 657.47

JEL Classification: L11

Рибалко О. М., канд. екон. наук, професор,
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя
Євтушенко Р. М.,
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,
Запорізький національний університет, м. Запоріжжя

АНАЛІЗ ВИТРАТ В УПРАВЛІННІ СОБІВАРТІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

Управління собівартістю ґрунтується на основі керування функціональними якостями виробів, технологіями і технологічними параметрами, параметрами ресурсного оснащення, процесами, процедурами, організаційною структурою та ін. Отже, метою управління собівартістю є не тільки зниження тієї самої собівартості, а підвищення ефективності витрат,