

**Аналіз розвитку органічної та натуральної косметики в світі та Україні**  
*Немченко А. С., к.е.н., доктор фармацевтичних наук, професор, завідувач кафедри організації та економіки фармації Національного фармацевтичного університету*  
*Мищенко В. І., к.ф.н, асистент кафедри організації та економіки фармації, Національного фармацевтичного університету*  
*Винник О. В. к.ф.н, доцент кафедри організації та економіки фармації, НФаУ*  
*econotica@niph.edu.ua*  
**Маліченко С. В. здобувач вищої освіти 5 курсу спеціальності «Фармація», НФаУ**

Органічні товари стали світовим трендом наприкінці ХХ ст. Наразі Україна перебуває у «натуральному тренді» – займає 11 місце серед європейських країн за виробництвом органічних продуктів. На сьогодні встановлено переорієнтир лідируючих позицій вітчизняних виробників з харчової продукції на органічну косметику.

Мета роботи: аналіз розвитку органічної та натуральної косметики в світі та Україні.

Предмет дослідження – ринок органічної та натуральної косметики в світі та Україні.

Об'єкт дослідження: нормативно-правові та законодавчі акти стосовно обігу органічної та натуральної косметики на ринку України.

При дослідженні були використані наступні методи: ретроспективний, системного аналізу, документальний, статистичний, метод порівняння.

Наразі в світі та Україні відсутні чіткі вимоги щодо термінів «органічна» та «натуральна» косметика. Взагалі це маркетингові інструменти. Уся відповідальність за рівень якості та натуральність косметики лежить лише на виробниках та їхньому розумінні «природності», «натуральності».

Органічне виробництво охопило б'юті-індустрію, завдяки чому виникла нова лінія – органічна косметика, яка з'явилася в Європі та США 10-15 років тому, а в Україні – не більше 4-х років (White Mandarin, Piel Cosmetics, Nature. Med. Vigor та інш.). У Німеччині обсяг ринку становить 10%. В Україні цей тренд перебуває у зароджувальному стані, обсяг ринку – 0,5–1%.

Дані аналітичної компанії MarketResearchReports.Biz свідчать, що світовий попит на органічні продукти особистої гігієни у 2012 р. склав 17,6 млрд. дол. США. Станом на 2018 р. встановлено його зростання – обсяг продажу склав 46,2 млрд. дол. США. Визначено зростання на 28,6 млрд. дол. США за п'ять років, що в середньому за рік становить 5,72 млрд. дол. США (з 2012 р. по 2018 р.– 61,9% щорічне зростання в середньому становило 12,4%). З 2019 по 2024 рр. на світовому ринку прогнозується збільшення обсягів продажу на 6,8 млрд. дол. США, що складає приблизно збільшення на 1,36 млрд. дол. США на рік (15,5% протягом аналізованих років, щорічне зростання в середньому – 3,1%) [1].

В Україні ринок органічної та натуральної продукції почав розвиватися без належного нормативно-правового підґрунтя. Нормування цього питання було закладено у 2014 році з прийняття Закону України «Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції та сировини» (втратив чинність). Наразі чинним є Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції» (вступив у дію 02.08.2019 р.)

Органічна косметика обов'язково проходить сертифікацію спеціальними органами, які простежують походження та якість сировини, методи виробництва, упакування й інші. В органічних харчових продуктах є єдиний стандарт, у косметичній індустрії їх понад 15. В Україні, як і в інших країнах (США, Швейцарія, Японія), єдиною гарантією органічного виробництва є сертифікація. Головні системи сертифікації органічної косметики у світі – BIO/ECOCERT (Франція), BDIH (Німеччина), SOIL ASSOCIATION (Велика Британія), AIAB/ICEA (Італія), COSMEBIO (Франція). У світі на цей час більше 1000 компаній беруть участь у програмі ECOCERT, головний принцип якої – у складі продукції, з маркуванням «органічна косметика» та «натуральна косметика», має бути не менше 95% компонентів природного походження.

Встановлено збільшення «органічної косметики» на світовому ринку з 2012 по 2018 рр. на 28,6 млрд. дол. США, що в середньому за рік становить 5,72 млрд. дол. США. Прогнозується збільшення обсягів продажу на 6,8 млрд. дол. США з 2019 по 2024 рр. На жаль, в Україні ринок органічної косметики становить лише 0,5–1%.

Використана література:

1. Рынок натуральных и экологически чистых средств личной гигиены 2019 г. Глобальный рост промышленности, спрос, тенденции, бизнес-возможности, приложения и прогноз будущих исследований к 2024 г. MarketResearchReports.Biz. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.reuters.com/brandfeatures/venture-capital/article?id=85037>. (дата обращения: 27.07.2019).

**Японські «гуртки якості» як форма управління і контролю**  
*Озаровська А. В., к. н. з держ. упр., викладач кафедри менеджменту і адміністрування Національного фармацевтичного університету*  
*avon726@gmail.com*

Останнім часом в економіці спостерігається тенденція, за якої якість відіграє одну з найважливіших ролей в управлінні виробництвом продукції та її подальшого просування. У розвинених країнах управління якістю одне з найважливіших підрозділів. Для кращої взаємодії і, отже, для більш ефективного результату на підприємствах розробляються різні підходи до управління якістю.

У сфері світового промислового виробництва з 1949 р. почалася нова епоха, пов'язана з запровадженням контролю якості виробів, що випускаються. У Японії це призвело, перш за все, до появи різних науково-дослідних груп, що займаються питаннями контролю якості. Гасло «Якість, і тільки якість!» Давно визначає політику японського ділового світу.

Висока якість японської продукції не тільки забезпечує їй стійке панування на внутрішньому ринку, але і є засобом просування японських товарів на зовнішні ринки.

Успіхам Японії в цій галузі сприяв комплекс заходів: інтенсивне вивчення теорій і практики забезпечення якості; створення, розвиток і ефективне використання державних систем стандартизації та контролю експортної продукції; перебудова внутрішньофірмового управління та спеціальні організація виробництва і мотивація праці персоналу, що дозволяють досягати більш високої продуктивності та якості праці. Особливо важливу роль зіграла специфічна японська форма організації