

Таблиця 2. Категоризація засобів в досліджуваних регіонах

Продукт	Україна	Європа	США
Мило	Косметичний засіб	Косметичний засіб	Косметичний засіб, споживчий продукт
Помада	Косметичний засіб	Косметичний засіб	Косметичний засіб
Сонцезахисний засіб	Косметичний засіб	Косметичний засіб	OTC
Лосьйон проти акне	Косметичний засіб, лікарський засіб	Лікарський засіб	OTC
Зубна паста проти карієсу	Косметичний засіб	Косметичний засіб	OTC
Антиперспірант	Косметичний засіб	Косметичний засіб	OTC
Шампунь проти лупи	Косметичний засіб	Косметичний засіб	Лікарський засіб, косметичний засіб

Наприклад, мило вважається косметичним засобом у ЄС, Україні; однак у США мило є продуктом, який потребує особливої уваги, оскільки нормативне визначення відрізняється від загальноприйнятого визначення мила більшістю людей. Визначення мила в правилах FDA базується на трьох критеріях: склад, призначення та перелік інгредієнтів, що відповідають за дію очищення. Продукт відповідає нормативному визначенню мила, він вважається споживчим продуктом і регулюється Комісією з безпеки споживчих товарів (CPSC), а не FDA; інакше його вважають косметичним засобом, ліками або тим і іншим, залежно від відповідності критерію.

Висновки. Впродовж останніх кількох десятиліть косметична промисловість прагнула досягти глобальної нормативної гармонізації косметики. Наразі нормативно-правова база в усьому світі відносно схожа, але відмінності значно впливають на міжнародну торгівлю.

У зв'язку зі зростаючими вимогами та постійними змінами в глобальному нормативному контексті, існує потреба в підвищеній пильності компаній і виробників, а також держави, для розширення ринку та забезпечення населення якісною косметичною продукцією.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ ПРОЄКТ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Мельник К. І.

Науковий керівник: Деренська Я. М.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

yezjf@nuph.edu.ua

Вступ. Вибір та формування майбутнього напрямку роботи організації шляхом розробки перспективних продуктів та послуг, а також організаційної підтримки виробничого процесу є основним завданням сучасного керівника. Проєктування та вдосконалення стратегічного управління організацією передбачає розгляд низки інвестиційних проєктів, їх аналіз та подальшу реалізацію. Рішення, прийняті у межах інвестиційної діяльності, яка здійснюється шляхом впровадження інвестиційних проєктів, зрештою впливають як на організацію загалом, так і на окремі її підрозділи.

Мета дослідження. Розгляд сутнісної характеристики поняття «інвестиційний проєкт», теоретичних аспектів оцінки ефективності впровадження проєктів.

Матеріали та методи. Дослідження проведено за допомогою аналізу інтернет-джерел щодо інвестиційного менеджменту. Метод синтезу використано для обґрунтування видів оцінок вартості проєкту.

Результати дослідження. За первісним визначенням термін «проєкт» асоціюється з виникненням ідеї, планом, сукупністю операцій, які потрібно здійснити, щоб досягнути певної мети. У проєктному менеджменті проєкт визначено, як завдання з певними вихідними даними та певними результатами (цілями), що зумовлюють спосіб її вирішення. Проєкт враховує послідовність логічно пов'язаних елементів – задум (проблему), засоби його реалізації (вирішення проблеми) та результати, отримані в процесі реалізації.

З точки зору інвестиційної діяльності, проєкт – цілеспрямоване, заплановане створення або модернізація фізичних об'єктів, технологічних процесів, технічної та організаційної документації для них, матеріальних, фінансових, трудових та інших ресурсів, а також управлінських рішень та заходів щодо їх виконання. Крім цього, інвестиційний проєкт – це певна сума коштів, яка інвестується (вкладається) з метою отримання зиску (прибутку, ефекту). Відповідно, кожен інвестиційний проєкт повинен бути оцінений за показниками економічної ефективності, серед яких найбільш поширеними є: чиста приведена вартість; строк окупності; індекс рентабельності; внутрішня норма прибутковості. Для розрахунку цих показників потрібно спланувати параметри надходжень (прогнозованого прибутку) та витрат. Остання компонента потребує обґрунтування вартості проєкту.

Вартість проєкту визначається сукупністю вартості ресурсів проєкту, вартістю та часом виконання робіт проєкту. Управління вартістю здійснюється протягом усього життєвого циклу проєкту (life-cycle costing) і залежить від фази його реалізації.

На першій фазі реалізації проєкту – передінвестиційній – витрати у розмірі 10-15% від загального бюджету забезпечують формування документації за проєктом (бізнес-плану, техніко-економічного обґрунтування тощо). Види оцінок вартості проєкту можна розподілити за стадіями життєвого циклу таким чином:

- концепція проєкту – попередня оцінка життєздатності інвестиційного проєкту;
- обґрунтування інвестицій – факторна оцінка вартості проєкту (попередній укрупнений кошторис);
- техніко-економічне обґрунтування – наближена оцінка вартості (поетапний кошторис);
- розроблення робочої документації – остаточна кошторисна документації (калькулювання вартості виконання кожної проєктної роботи).

Найбільша вага витрат (до 60%) припадає на інвестиційну фазу, в межах якої виконуються такі стадії:

- реалізація проєкту – фактична вартісна оцінка виконаних робіт, прогнозування вартості наступних запланованих робіт;
- введення в експлуатацію – так само оцінка фактичної та прогнозованої вартості.

Третя фаза життєвого циклу проєкту – експлуатаційна – забирає 25-30% від загального бюджету. Вона містить фактичну оцінку вартості реалізованого проєкту.

Ознакою третьої стадії життєвого циклу проєкту є формування додатної величини грошових потоків – доходів від реалізації проєктної продукції (наданих послуг, виконаних

робіт). Співставлення надходжень і витрат з урахуванням дисконтування (коригування вартості грошей за часовими проміжками їх витрачання або отримання) дає змогу визначити чи є інвестиційний проєкт ефективним.

Висновки. Деталізація вартісної оцінки інвестиційного проєкту дозволяє більш точно розрахувати різні типи витрат за проєктом, і, відповідно, застосувати остаточну вартісну оцінку в розрахунках показників економічної ефективності проєкту.

ЯКІСТЬ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ ОЧИМА СПОЖИВАЧІВ

Облог С. В.

Науковий керівник: Зборовська Т. В.

Національний фармацевтичний університет, Харків, Україна

t.v.zborovska@gmail.com

Вступ. Серед розвинутих країн, найбільш зразковим у сфері формування системи продовольчої безпеки та безпечності харчової продукції, а також системи стандартизації харчових продуктів та технічного регулювання їх якості звичайно є Європейський Союз. Тому Україна, на своєму шляху євроінтеграції, також вводить контроль суб'єктів продовольчого ринку та застосовує сучасні підходи щодо підтримки встановленого рівня якості харчової продукції.

Особливу увагу сьогодні приділяють маркуванню та пакуванню продукції, для зменшення випадків отримання недостовірної інформації споживачами.

Мета дослідження. На що споживач звертає увагу роблячи покупку? Зазвичай, це торгова марка, термін придатності, цілісність пакування. Але на пакуванні він може бачити ще певні позначки, які є не досить зрозумілі пересічним споживачам, особливо позначки стандартів ISO 9001, ISO 14000, ISO 22000. Для більшості споживачів ця інформація має загальне значення – є сертифікат дотримання стандартів – це добре, є декілька сертифікатів – ще краще. Тому метою наших досліджень стало встановлення значення стандартів ISO 9001, ISO 14000, ISO 22000 на етикетці продукції відносно очікувань споживачів.

Матеріали та методи. В умовах сьогодення вимоги щодо маркування харчових продуктів викладені в Законі України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» та Законі України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів», який є ще одним кроком на шляху гармонізації українського харчового законодавства з європейським. Головна мета цих документів – захистити споживача, забезпечити його повною інформацією щодо харчового продукту для можливості здійснити свідомий вибір відповідно до потреб. Інформація про харчовий продукт має бути точною, достовірною та зрозумілою для споживача.

Результати дослідження. Найчастіше, покупці можуть зустріти інформацію на етикетці, що продукція має сертифікат ISO 9001. Проте, їх може зацікавити, чому один і той же стандарт застосовується також до товарів з побутової хімії, або, наприклад побутової техніки? Що об'єднує ці різні групи товарів? Відповідаючи на це питання ми підходимо до роз'яснення стандарту ISO 9001. Це стандарт щодо розробки та вдосконалення системи управління якістю підприємства, який допомагає виробляти затребувану і якісну продукцію