

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Навчально-науковий інститут економіки і управління  
Кафедра маркетингу**

**«До захисту в ЕК»**

**«До захисту допущено»**

Директор інституту

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Олег ШЕРЕМЕТ  
(ім'я та прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Ольга ПЕТУХОВА  
(ім'я та прізвище)

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА  
зі спеціальності 075 «Маркетинг»  
освітньо-професійної програми «Маркетинг»  
на тему: « Оцінювання асортименту та якості продукції підприємства»**

Виконала: здобувачка 4 курсу, групи 3

Січкарь Яна Романівна  
(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Керівник Бойко Ірина Анатоліївна  
(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Рецензент \_\_\_\_\_  
(ім'я та прізвище)

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Я як здобувачка Національного університету харчових технологій розумію і підтримую політику університету з академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала недозволеної допомоги під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

Здобувачка \_\_\_\_\_  
(підпис)

Київ – 2023 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Навчально-науковий інститут економіки і управління

Кафедра маркетингу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувач кафедри маркетингу**

\_\_\_\_\_ Ольга ПЕСТУХОВА

“6” грудня 2022 року

## ЗАВДАННЯ

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Січкарь Яни Романівни

(прізвище, ім'я, по-батькові здобувача)

1. Тема роботи: Оцінювання асортименту та якості продукції підприємства керівник роботи Бойко І.А., к.е.н., доцент кафедри маркетингу  
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)  
затверджені наказом закладу вищої освіти від 05.12.2022 р. № 865-КС
2. Строк подання здобувачем роботи 01.06.2023 року.
3. Вихідні дані до роботи: Закони України та законодавчі акти, прийняті Верховною Радою, постанови Кабінету Міністрів України з питань економічного розвитку; інструкції органів виконавчої влади; рекомендовані літературні джерела та методичні посібники, галузеві видання; бухгалтерська і статистична звітність підприємства.
4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Теоретичні основи оцінювання асортименту та якості продукції підприємства. Розділ 2. Дослідження асортименту та якості продукції ПрАТ «Індар». Розділ 3. Розроблення пропозицій щодо удосконалення асортименту та якості продукції ПрАТ «Індар». Список використаних джерел. Додатки.  
Перелік графічного матеріалу: Основні показники діяльності ПрАТ «Індар» за 2021-2022 рр., Ширина та глибина асортименту продукції ПрАТ «Індар», Динаміка обсягів реалізації продукції ПрАТ «Індар» за 2021-2022 рр., Динаміка структури асортименту продукції ПрАТ «Індар» у 2021-2022 рр., Результати опитування респондентів щодо якості інсуліну Хумодар, Середній бал оцінки респондентів по окремим вимірам якості інсуліну Хумодар, Вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності ПрАТ «Індар».
6. Дата видачі завдання 06.12.2022 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Складання плану роботи, опрацювання літературних джерел.	06.12.2022 - 31.12.2023	Виконано
2.	Обґрунтування актуальності теми, написання вступу	16.01.2023 - 31.01.2023	Виконано
3.	Робота над розділом 1: «Теоретичні основи оцінювання асортименту та якості продукції підприємства»	01.02.2023 - 31.03.2023	Виконано
4.	Робота над розділом 2: «Дослідження асортименту та якості продукції ПрАТ «Індар»	03.04.2023 - 28.04.2023	Виконано
5.	Робота над розділом 3: «Розроблення пропозицій щодо удосконалення асортименту та якості продукції ПрАТ «Індар»»	01.05.2023 - 19.05.2023	Виконано
6.	Висновки. Список використаних джерел	22.05.2023- 26.05.2023	Виконано
7.	Оформлення роботи	29.05.2023- 31.05.2023	Виконано

**Здобувач**

\_\_\_\_\_ ( підпис)

**Яна СІЧКАР**

(ім'я та прізвище)

**Керівник роботи**

\_\_\_\_\_ ( підпис)

**Ірина БОЙКО**

(ім'я та прізвище)

## АНОТАЦІЯ

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретичні аспекти оцінювання асортименту та якості продукції підприємства. Зокрема, розглянуто сутність асортименту та якості продукції підприємства, розглянуті методичні підходи до оцінювання асортименту та якості товару.

В роботі здійснено аналіз основних показників діяльності підприємства, проаналізовано склад та структуру асортименту продукції підприємства, за допомогою побудови матриці БКГ визначені стратегічні напрями для розвитку певних асортиментних груп. Проведено опитування з метою визначення рівня сприйнятої якості інсуліну Хумодар споживачами ПрАТ «Індар».

На основі узагальнення результатів дослідження розроблено пропозиції щодо удосконалення асортименту та якості продукції. Зокрема, наведено маркетингове обґрунтування організації та проведення освітнього проєкту «Школа діабету» та розраховано економічну доцільність такого заходу, а також визначено вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності підприємства.

Ключові слова: товарний асортимент, структура асортименту, якість, матриця БКГ, діабет.

## ЗМІСТ

Вступ.....	6
Розділ 1. Теоретичні основи оцінювання асортименту та якості продукції підприємства .....	8
1.1. Сутність асортименту та якості продукції підприємства .....	8
1.2. Методичні підходи до оцінювання асортименту продукції підприємства.....	12
1.3. Методи оцінювання якості лікарських засобів .....	17
Розділ 2. Дослідження асортименту та якості продукції ПрАТ «Індар».....	24
2.1. Маркетингова характеристика ПрАТ «Індар».....	24
2.2. Аналіз складу та структури асортименту продукції ПрАТ «Індар».....	33
2.3. Оцінювання рівня якості продукції ПрАТ «Індар».....	42
Розділ 3. Розроблення пропозицій щодо удосконалення асортименту та якості продукції ПрАТ «Індар».....	48
3.1. Основні напрямки удосконалення асортименту та якості продукції підприємства ПрАТ «Індар».....	48
3.2. Обґрунтування доцільності реалізації освітнього проекту «Школа діабету».....	50
3.3. Вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності підприємства.....	57
Висновки.....	59
Список використаних джерел .....	64
Додатки.....	69

## ВСТУП

У сучасному висококонкурентному середовищі підприємства стикаються з численними викликами, намагаючись утримати свої позиції та досягти сталого зростання. Одним із ключових факторів, що значною мірою впливає на успіх та довголіття підприємства, є асортимент та якість його продукції. Здатність пропонувати різноманітний асортимент високоякісної продукції, що відповідає потребам та очікуванням споживачів, має вирішальне значення для отримання конкурентної переваги на ринку.

*Актуальність і практична значущість теми* кваліфікаційної роботи обумовлена тим, що оцінювання асортименту та якості продукції компанії відіграє ключову роль у прийнятті стратегічних рішень та загальній ефективності бізнесу. Воно дає цінну інформацію про ефективність асортименту продукції підприємства, її позиціонування на ринку та рівень задоволеності клієнтів. Ретельно оцінюючи різні аспекти асортименту та якості продукції, підприємства можуть визначити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, що можуть вплинути на їхню конкурентоспроможність на ринку.

Дослідженнями щодо сутності, формування і оцінювання асортименту займались багато вітчизняних та іноземних вчених, таких як: Абрамович І. А., Біленький О.Ю., Гармідер Л. Д., Діденко Є.О., Ілляшенко С.М., Кардаш В.Я., Колесніков В. П., Котлер Ф., Малюк С. О. Савельєв Д. С. та інші. Питанням якості продукції приділили свою увагу такі вчені як Бугас В. В., Кислицин В.О., Кузьома В. В., Павлюк С.І. та інші.

*Метою роботи* є розроблення пропозицій щодо удосконалення асортименту та якості продукції підприємства.

Задля досягнення поставленої мети були поставлені такі *завдання*:

- розглянути сутність асортименту та якості продукції підприємства;
- дослідити методики оцінювання асортименту та якості продукції підприємства;

- проаналізувати склад та структуру асортименту ;
  - оцінити асортимент продукції за допомогою матриці БКГ;
  - оцінити сприйняття якості продукції ПрАТ «Індар» споживачами;
  - сформулювати пропозиції щодо удосконалення асортименту та якості продукції підприємства;
- визначити вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності підприємства.

*Об'єктом* роботи є процес формування асортименту та якості продукції.

*Предметом* дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів оцінювання асортименту та якості продукції.

*Методами* дослідження у кваліфікаційній роботі є методи економічного аналізу, методи маркетингових досліджень, методи системного та порівняльного аналізу, метод експертних оцінок.

*Інформаційну базу* роботи склали наукові публікації вітчизняних та іноземних вчених з питань оцінювання асортименту та якості продукції, матеріали фінансової звітності ПрАТ «Індар».

*Структура і обсяг роботи.* Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний обсяг роботи – 68 сторінок, який містить 12 таблиць, 5 рисунків, 4 додатки. Список використаних джерел складається з 45 найменувань на 5 сторінках.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНЮВАННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

### 1.1. Сутність асортименту та якості продукції підприємства

Мінливе зовнішнє середовище та посилення конкуренції змушують підприємства шукати рішення, що сприятимуть їх розвитку. У конкурентному середовищі підприємствам необхідно зосередитися на задоволенні потреб клієнтів, забезпечуючи при цьому економічну ефективність. Реалізація цієї мети значною мірою залежить від якості та асортименту продукції, що пропонується.

Потреби споживачів є основним рушієм розвитку ринку і визначають продукти та послуги, які забезпечують необхідну конкурентну перевагу для компанії. Варто зазначити, що важливим аспектом успіху виробника в сучасних умовах є наявність добре розробленої та реалізованої асортиментної політики, яка враховує особливості його продукції та відповідає побажанням споживачів і виробників [7].

Товарний асортимент представляє собою сукупність товарів або послуг, які пропонуються підприємством для продажу на ринку. Він включає в себе всі доступні товари або послуги, які підприємство може надати споживачам. Розмаїтість товарів і послуг у товарному асортименті дозволяє підприємству задовольняти різноманітні потреби споживачів. Клієнти мають різні вимоги і переваги, і широкий асортимент допомагає підприємству задовольнити більшість з них, привернути більше клієнтів і збільшити обсяги продажу. Крім того, товарний асортимент впливає на сприйняття бренду споживачами, оскільки у випадку пропозиції підприємством високоякісних товарів в широкому асортименті, це підсилює довіру споживачів до бренду.

Важливим показником, що характеризує конкретне підприємство, є товар, який воно виробляє. Сутність поняття «товар» досліджували ще

представники класичної політекономії, які характеризували товар як результат певної діяльності, придатний для продажу. Сьогодні трактування сутності поняття «товар» у науковому середовищі є дуже суперечливим, особливо серед дослідників-маркетологів [7].

Ф. Котлер визначає сутність товару як «все, що можна запропонувати ринку для залучення уваги, придбання, використання або споживання, що може задовольнити бажання або потребу» [2]. Продукти включають в себе цілий ряд матеріальних товарів, а також інтелектуальну власність, послуги та інформацію. Ф. Котлер запропонував модель розробки товару, що має 5 рівнів: рівень ключової цінності; базові характеристики; очікувані характеристики; доповнені характеристики; потенціальні характеристики [2]. Така методологія розпізнавання товару гарантує своєчасне виявлення потреб споживачів, вивчення різноманіття конкурентів та основних характеристик товару.

Планування підприємницької діяльності, спрямоване на детальний відбір засобів і ресурсів для виробництва товарів з метою задоволення потреб споживачів, є сутністю процесу формування товарного асортименту. Цей процес є безперервним і відбувається протягом усього життєвого циклу товару, починаючи з розробки ідеї і закінчуючи виведенням товару з асортименту [7].

До визначальних факторів при формуванні товарного асортименту відносять: рівень технічного і технологічного забезпечення виробничого процесу; наявність умов і можливостей для започаткування нового виробництва; наявність висококваліфікованих кадрів на всіх рівнях виробничого процесу; налагоджену систему постачання.

Згідно з Ф. Котлером, товарна пропозиція компанії представлена товарною номенклатурою, товарним асортиментом, окремими номенклатурними позиціями та продавцями.

На думку Ф. Котлера, товарна номенклатура - це «сукупність усіх асортиментних груп товарів і товарних одиниць, пропонованих покупцям конкретним продавцем». На його думку, товарна група - це «групою товарів,

тісно зв'язаних між собою, або схожістю у їх функціонуванні, або в схожості того, що їх продають тим самим групам клієнтів, або через ті самі типи торговельних закладів, або в рамках того самого діапазону цін» [2].

Ф. Котлер характеризує товарний асортимент з погляду його широти, насиченості, глибини, гармонійності й порівнянності, розуміючи: під широтою товарного асортименту загальну чисельність асортиментних груп товарів, що випускаються фірмою; під глибиною товарної номенклатури – варіанти пропозицій кожного окремого товару в рамках асортиментної групи; під насиченістю товарної номенклатури – загальне число складових її окремих товарів; під гармонійністю – варіанти пропозицій кожного окремого товару в рамках асортиментної групи; під порівнянністю – ступінь близькості між товарами різних асортиментних груп з погляду їх кінцевого користування, вимог до організації виробництва, каналів розподілу або якихось інших показників [2]

О. Ю. Біленький виділяє п'ять критеріїв класифікації показників оцінки товарного асортименту підприємства [9]:

1. Показники, що характеризують асортиментну політику підприємства: ширина; насиченість (повнота); новизна; стабільність; раціональність; структура асортиментів; глибина; гармонійність асортименту.

2. Показники фінансових результатів асортиментних груп товарів: рівень окупності; прибуток по товарній категорії; коефіцієнт внеску на покриття; точка беззбитковості; операційний важіль; запас фінансової міцності.

3. Показники оптимізації структури асортиментів: обмеження за обсягом продажів; обмеження по виробничих потужностях; обмеження по доступності ресурсів; обмеження за ціною; критерій оптимізації при розробці обмежень; обмеження по товарних запасах; ритмічність реалізації товарів.

4. Регламентуючі показники асортименту: відповідність продукції ДСТУ; органолептичні показники; показники безпеки.

5. Якісні показники ринкової адекватності товарів: визначення сили марки; відповідність перевагам споживачів; відповідність перевагам роздрібною торгівлі; етапи життєвого циклу товарів; становище в матриці БКГ; конкурентоспроможність товару.

Поняття асортименту тісно пов'язане з поняттям структури асортименту і асортиментної (номенклатурної) позиції. Структура асортименту – це його характеристика по кількісному співвідношенню видів продукції і їх частки загалом, випуску, вираженому в грошових або натуральних одиницях [32].

При формуванні асортименту важливо враховувати вимоги щодо якості продукції. Оптимальний асортимент передбачає наявність продуктів, які відповідають вимогам споживачів щодо якості, надійності та інших характеристик. Підприємство повинно мати встановлені процедури і стандарти, які дозволяють забезпечити високу якість продукції, це може включати проведення випробувань, вимоги до постачальників, процедури перевірки якості на різних етапах виробництва та інші заходи.

Якість товару є однією з основоположних характеристик, що впливають на споживчі властивості та конкурентоспроможність продукції. Це пояснюється сутністю категорії «якість», що являє собою сукупність властивостей та їх показників, які обумовлюють задоволення різноманітних потреб відповідно до призначення конкретних товарів.

Забезпечення якості лікарських засобів і медичних виробів - одне з найважливіших завдань сучасної фармації.

Серед багатьох економічних і соціальних проблем, які вирішуються в суспільстві, проблема якості набуває особливого значення, в ній знаходить відображення ефективність виробництва, ступінь задоволення потреб населення, розвиток зовнішньоекономічних зв'язків.

У Законі України «Про лікарські засоби» [20] якість лікарського засобу визначається як сукупність властивостей, які надають йому здатність

задовольняти споживачів відповідно до свого призначення і відповідають вимогам, установленим законодавством.

Якість як сукупність споживчих властивостей формується під час проведення наукових досліджень, розробки нормативної документації. Вона створюється в процесі виробництва на стадії підбирання лікарського засобу та допоміжних речовин, організації та контролю технологічного процесу. Збереження якості забезпечується використанням відповідного пакування і створення оптимальних умов транспортування, зберігання, реалізації в процесі доведення товару від виробника до споживача.

На рівень якості товару впливають різні фактори, які поділяються на об'єктивні та суб'єктивні. До об'єктивних відносять характеристику виробу, технічний рівень виробничого підприємства, технології та засоби контролю, які повинні відповідати запланованим вимогам. Суб'єктивні - це професійна підготовка спеціалістів підприємства, їх ставлення і зацікавленість у результатах роботи, форми організації праці.

Під якістю лікарських засобів і медичних виробів розуміють їх відповідність усім умовам реєстрації та виробництва (технологія, виробничі площі, кадри) і заданим характеристикам. При виході продукції на ринок підприємство видає сертифікат якості або відповідності, підписаний уповноваженою особою виробника, якщо ця продукція відповідає якісним показникам реєстраційного досьє з безпеки, ефективності та вироблена відповідно до Належної виробничої практики (Good Manufacturing Practice — GMP) [17].

## **1.2. Методичні підходи до оцінювання асортименту продукції підприємства**

Існує досить багато методик, які можуть використовуватись для аналізу асортименту продукції підприємства та за допомогою яких можна розробити

ряд заходів щодо оптимізації асортиментного портфелю (рис.1.1). Найпоширенішими з них є ABC та XYZ аналізи, їх комбінування, побудова БКГ матриці, матриці General Electric, метод «Дібба-Сімкіна», метод «Маркой» та інші [3, 7, 12, 16, 25, 33, 39].



Рис. 1.1. Напрямки аналізу асортименту продукції підприємства [12]

Розглянемо деякі з цих методик.

*1. ABC-аналіз.* В основі розглянутого аналізу лежить принцип Парето, який акцентує увагу на тому, що 20% зусиль забезпечують 80% результату. Решта 20% результату досягаються через 80% зусиль. Цей принцип є актуальним для будь-якої сфери бізнесу, спрямований на оцінку ефективності та вкладу. Відповідно до принципу Парето асортимент класифікується за обсягом продажів і прибутку, а всі товари поділяються на три великі групи [12]:

А. Є основною групою, забезпечує прибутковість бізнесу. Сюди входять близько 20% позицій, реалізація яких забезпечує до 80% виручки. Йдеться про продукцію, що є локомотивом. Вона має бути присутня в асортименті постійно.

В. Сюди входить близько 15% товарних позицій, які забезпечують аналогічний обсяг виручки. Є щось середнім між групами А і С, але має стратегічну цінність, добре доповнюючи лідируючі позиції.

С. До цієї групи, відповідно до принципу Парето, відносяться близько 75% товарів. Їх багато, але вони забезпечують всього 5% виручки.

Група А є найбільш значимою, це лідери, за рахунок яких формується основний прибуток. Ці позиції не рекомендується змінювати або виключати, в іншому випадку уникнути фінансових втрат не вдасться. Група В – доповнює, це пул, який забезпечує середні продажі. А в групі С зібрана велика кількість «порожньої» продукції, це товари, які займають останні позиції. Вона може роками припадати пилом на складі, займаючи місце і приносячи збитки підприємцю.

Такий аналіз дозволяє оцінити і ви-вчити асортимент, проте в ньому не передбачені сезонні коливання і інші чинники, що може спотворювати загальну картину.

2. *XYZ-аналіз.* XYZ-аналіз, що відрізняє його від ABC-моделі, орієнтований на визначення стабільності продажів, а також коливань попиту. Найчастіше ці моделі застосовуються спільно, що дозволяє отримати чітку картину і правильно розставити пріоритети. На першому етапі здійснюється розрахунок коефіцієнта варіації обсягу продажів (рівня попиту) по кожній товарній групі. Формула розрахунку коефіцієнта варіації являє собою відношення стандартного відхилення до математичного сподівання обсягу продажів.

3. *SWOT аналіз.* SWOT – це аббревіатура, яка розшифровується, як: strengths – сильні сторони, weaknesses – слабкі сторони, opportunities – можливості, threats – загрози. Сильні і слабкі сторони – це внутрішні фактори організації, на які вона може впливати, виправляти, покращувати ситуацію і т.п. Можливості та загрози – це зовнішні обставини, над якими керівництво підприємства не владне.

4. Матриця БКГ (BCG) – це термін, що походить від назви моделі, створеної Бостонською консультативною групою. Це квадрант, в який були занесені результати досліджень, що проводилися в рамках вивчення портфеля компаній. Створення моделі матриці БКГ було засновано на принципах життєвих циклів будь-якого товару – розробка і виведення на ринок, зростання, зрілість, спад [12].

Для побудови матриці застосовуються 2 параметри – темп зростання ринку по конкретній товарній категорії в своїй галузі і відносна частка ринку, яку займає досліджуваний товар. Для розрахунку відносної частки ринку береться співвідношення частки компанії і частки най-більшого конкурента в галузі, приклад можна побачити на рис. 3.

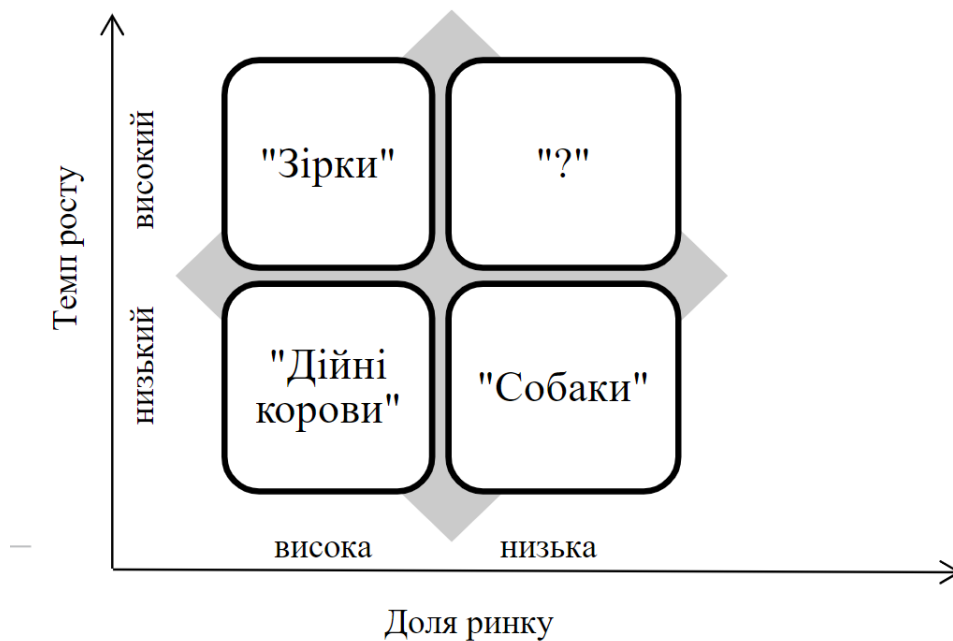


Рис. 1.2. Приклад матриці БКГ [12]

Квадранти моделі БКГ – це чотири основні групи, на які розбиваються всі товари або послуги комерційного підприємства. Використовуючи вищенаведені параметри, всі продукти компанії діляться на чотири категорії:

«Знаки питання». Це категорія, що відрізняється швидким зростанням ринку і малою часткою. Може бути перспективною, якщо в неї вкладати необхідні кошти, або через час перейти в категорію «собак».

«Зірки». Товари, що займають велику частку ринку, який швидко зростає. Це найбільш рентабельні і конкурентоспроможні продукти. Для підтримки таких же позицій вимагають значного фінансування.

«Дійні корови». Продукція з високою часткою повільно зростаючого ринку. Найстабільніші види товарів / послуг, прибуток від реалізації яких значно перевищує витрати на підтримку поточних позицій. Саме ці товарні категорії дають кошти, які компанія може перенаправляти на дослідження, розробки нових товарів.

«Собаки». Продукти, які займають малу частку ринку з повільними темпами зростання. Це товари, які не мають перспектив розвиватися в прибуткові напрямки, а тільки відволікають ресурси. У більшості випадків такі категорії краще закривати.

Асортиментний портфель вважається збалансованим у випадку якщо частка асортиментних позицій із групи «Дійна корова» є не меншою  $\geq$  ніж 45-50 %; частка асортиментних позицій із групи «Зірка» є не меншою  $\geq$  ніж 20-30 %; частка асортиментних позицій із групи «Важкі діти» є не меншою  $\geq$  ніж 20-15 %; частка асортиментних позицій із групи «Собака» не перевищує  $\leq$  5 %.

Асортиментний портфель не вважається збалансованим, якщо в асортиментному портфелі відсутні (або їхня частка незначна) товари, що є джерелами фінансування для компанії (товари із групи «Дійна корова»); немає чи недостатньо нових товарів (із групи «Важкі діти»).

Адаптована матриця БКГ будується на основі співвідношення темпів росту чистого доходу по відношенню до попереднього періоду та частки обсягу продажів окремих асортиментних груп у загальному обсязі продажів підприємства. Темпи росту продажів розраховуються як відношення чистого доходу від реалізації даного продукту за поточний період до чистого доходу від реалізації цього ж продукту за минулий період. У випадку, якщо товар новий і не був присутній в асортиментному портфелі компанії в попередньому році, рекомендується його темпи росту брати за 100%.

Матриця будується на основі внутрішньої інформації підприємства, тому вона дозволяє зробити повноцінний аналіз і висновки стосовно асортиментного портфелю підприємства.

### **1.3. Методи оцінювання якості лікарських засобів**

З давніх часів людство приділяло увагу питанню якості лікарських засобів: у I столітті Діоскорид Педаній («De materia medica»), давньоримський військовий лікар, фармаколог, натураліст та один з основоположників ботаніки, написав працю «Про ліки», у якій вперше описав способи визначення якості лікарських засобів (ЛЗ) за допомогою органолептичних та візуальних методів [14].

Якість - складна, багатовимірна й універсальна категорія об'єктів. У науковій літературі розрізняють філософські, правові, соціальні, психологічні, технічні та економічні аспекти якості.

Філософський аспект категорії якості являє собою відповідний рівень сприйняття людиною об'єктивної реальності. На кожному етапі пізнання виявляються і пізнаються певні властивості об'єкта. Однак у такій інтерпретації якість розкривається в загальних рисах і тільки в об'єктивних термінах, ігноруючи суб'єктивну природу якості. Проте за такого трактування суб'єктивна сутність якості ігнорується і може розглядатися тільки в загальних і об'єктивних термінах. З цією метою в сучасній літературі та практиці використовують два підходи: технократичний (традиційний погляд) та інноваційний (нова парадигма якості). Згідно з інноваційним підходом, якість розглядають як всеохоплюючу категорію. Вона стосується не тільки продукції та послуг, а й підприємств, організацій та установ, їхнього персоналу та систем управління.

Вимоги до характеристик (показників) якості лікарських засобів і методів їх випробувань визначено в чинній Державній фармакопеї України

(ДФУ) та в методах контролю якості (МКЯ) / аналітичній нормативній документації (АНД), що затверджуються під час національної реєстрації лікарського засобу.

Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ) визначає, що ЛЗ мають бути якісними, безпечними та ефективними, а також мати достовірну, доступну і достатню інформацію щодо них. Під змістом поняття «якість» в цьому контексті розуміють відповідність лікарських засобів показникам специфікації якості, які чітко встановлюють відповідні норми та методи випробувань [14].

В економіці для оцінки якості будь-якого продукту використовується набір характеристик якості (показників), який дає змогу оцінити суттєві для споживача характеристики продукту за певними заданими критеріями.

Кваліметричний підхід є цінною основою для оцінювання якості продукції, особливо в контексті фармацевтичної продукції. Він визнає, що якість продукції охоплює багато вимірів і може бути оцінена на основі різних наборів характеристик. У випадку фармацевтичної продукції кваліметричний підхід поділяє основні характеристики на три основні групи: медичні, фармацевтичні та споживчі.

*Медичні характеристики:* Ці характеристики стосуються терапевтичної цінності та ефективності фармацевтичного продукту. Вони включають такі фактори, як діючі речовини, лікарська форма, біодоступність, фармакокінетика, фармакодинаміка та клінічна ефективність. Медичні характеристики мають вирішальне значення для забезпечення того, щоб продукт приносив передбачувану терапевтичну користь і відповідав конкретним медичним потребам пацієнтів.

*Фармацевтичні характеристики:* Ці характеристики зосереджені на якості та цілісності фармацевтичної формули, виробничих процесах та упаковці. Вони охоплюють такі фактори, як чистота, стабільність, однорідність, швидкість розчинення, точність дозування та сумісність з іншими лікарськими засобами. Фармацевтичні характеристики гарантують,

що продукт виробляється послідовно, з дотриманням встановлених стандартів якості та регуляторних вимог, і що він зберігає свою якість протягом усього терміну придатності.

*Споживчі характеристики:* Ці характеристики пов'язані зі зручністю використання, безпекою та загальним споживчим досвідом фармацевтичного продукту. Вони включають такі фактори, як простота використання, смакові якості, зовнішній вигляд, запах, зручність пакування та маркування продукту. Споживчі характеристики спрямовані на підвищення комплаєнсу, задоволеності та безпеки пацієнта, враховуючи практичні аспекти використання продукту і гарантуючи, що продукт є зручним у користуванні та відповідає очікуванням і вподобанням споживачів.

Медичні, фармацевтичні та споживчі характеристики якості лікарського засобу є важливими і критичними. Причому слід зазначити, що в парадигмі концепції «орієнтації на споживача (пацієнта)» споживчі характеристики перебувають на «вершині» ієрархії фармацевтичних характеристик. При цьому якість лікарського препарату в цілому можна розглядати як характеристику нульового рівня, а групи характеристик - як характеристики першого рівня. Індивідуальні характеристики певного лікарського засобу належать до другого рівня характеристик, які можуть бути далі розбиті на простіші характеристики (рівень 3 і вище).

Властивості, що формують якість ЛЗ, розташовані по групах за алфавітом, без ранжування їх за критерієм вагомості. Перші дві групи властивостей є суто об'єктивними (невід'ємними, атрибутивними) характеристиками ЛЗ. Деякі ж характеристики з третьої групи, такі як естетичність, престижність, популярність та ціна мають суб'єктивну складову і від того вони менш значимі за критерієм «вагомості» або «впливовості», тобто величини впливу даних властивостей на загальний показник якості ЛЗ. Такі важливі показники як безпека та ефективність входять до групи медичних властивостей ЛЗ, а показник «інформація» включений до кожної з трьох груп.

Слід зазначити, що в цілому на рівень якості товару впливають різні фактори, які поділяються на об'єктивні та суб'єктивні.

До об'єктивних відносять характеристику виробу, технічний рівень виробничого підприємства, технології та засоби контролю, які повинні відповідати запланованим вимогам. Суб'єктивні - це професійна підготовка спеціалістів підприємства, їх ставлення і зацікавленість у результатах роботи, форми організації праці.

При виході продукції на ринок підприємство видає сертифікат якості або відповідності, підписаний уповноваженою особою виробника, якщо ця продукція відповідає якісним показникам реєстраційного досьє з безпеки, ефективності та вироблена відповідно до Належної виробничої практики (Good Manufacturing Practice — GMP).

Останньою ланкою на шляху від виробника до споживача, де якість оцінюється кваліфікованими фахівцями, є аптека. Основними показниками, що визначають якість фармацевтичних та медичних товарів, є:

- безпека - найважливіша властивість якості, якою повинні володіти всі споживчі товари. Втрата функціонального або соціального призначення, перевищення допустимого рівня показників безпеки переводить продукцію до категорії небезпечної, яка підлягає знищенню;
- функціональні властивості - здатність продукції виконувати свої функції за призначенням у заданих умовах експлуатації або споживання;
- надійність - здатність товарів зберігати функціональне призначення в процесі зберігання та/або споживання (експлуатації) протягом заздалегідь обумовлених термінів; цей показник постійно змінюється внаслідок процесів, що відбуваються при зберіганні, споживанні та експлуатації товарів;
- екологічність - ступінь шкідливого впливу медичних товарів на безпеку довкілля при їх виробництві, зберіганні та протягом усього терміну споживання;

- естетичність - показник якісної та кількісної оцінки естетичної цінності виробів залежно від групи споживачів, конкретних умов споживання і призначення продукції;

- ресурсоспоживання - витрати споживача на придбання, експлуатацію та обслуговування виробу в період середнього технічного ресурсу, тобто до зняття виробу з експлуатації.

Показник якості - це кількісна і якісна характеристики властивостей товару, які визначають відповідність його виробництва, експлуатації або споживання. Більшість товарів аптечного асортименту мають свої специфічні показники якості. Наприклад, для перев'язувальних матеріалів це гігроскопічність, капілярність, нейтральна реакція водної витяжки тощо, які мають відповідати вимогам НД.

Основними критеріями якості для всіх лікарських засобів є справжність, безпека, біодоступність та ефективність.

Визначальні показники - зовнішній вигляд, колір, смак і запах товару (органолептичні); якісний і кількісний вміст біологічно активних речовин та ін. (фізико-хімічні). Ці показники мають вирішальне значення при оцінці якості товарів.

Показниками якості для медичної техніки є призначення, надійність і довговічність, технологічність тощо.

Призначення - здатність товару задовольняти фізіологічні та соціальні потреби споживачів. Призначення є однією з визначальних властивостей якості товарів. Якщо товар не задовольняє споживача за призначенням, то інші властивості втрачають для нього привабливість. Властивості призначення залежно від потреб поділяють на підгрупи функціонального, соціального, класифікаційного та універсального призначення, які визначають основні функції застосування товару, а також його характеристики - показники складу, структури і технічного рівня.

До методів аналізу якості лікарських засобів відносяться емпіричні, або експериментальні, та аналітичні методи.

Емпіричні, або експериментальні, - це методи пізнання, що базуються на досвіді або спостереженнях. Вони знайшли широке застосування в товарознавстві. Саме завдяки їм стали можливими дослідження хімічної, фізичної та біологічної природи товарів.

Експериментальні методи залежно від використовуваних технічних засобів вимірювання, а також принципів природничих наук поділяються на вимірювальні (фізичні, фізико-хімічні, хімічні, біологічні) та органолептичні.

Органолептичний метод ґрунтується на використанні інформації, яку отримують у результаті аналізу відчуттів, сприйнятих органами чуття: зору, слуху, нюху, дотику і смаку. Цей метод є простим і широко використовується при оцінці якості товарів.

Застосовується для контролю якості сировини, готових ЛЗ та медичних виробів під час перевірки якості товарів при транспортуванні, зберіганні, ідентифікації, визначенні відповідності споживчих властивостей продукції вимогам нормативної документації та ін.

Органолептичний метод ідентифікації товару має певні переваги. По-перше, не потребує спеціальних приладів, апаратури та складного обладнання. По-друге, забезпечує швидкість визначення показників і завжди використовується першим та іноді навіть виключає необхідність застосування вимірювального методу, особливо при визначенні смаків, присмаків, запахів, їх відтінків, консистенції. Точність і достовірність значень показників якості, що визначаються цим методом, залежить від здібностей, кваліфікації, навичок та індивідуальних особливостей людини, що проводить товарознавчий аналіз продукції. Незважаючи на існування інших методів аналізу, він ніколи не втрачає свого значення. Іноді за допомогою лабораторних методів дослідження неможливо визначити дуже малі кількості різних хімічних складових продуктів, які в сполученні створюють складний і характерний смак, запах, аромат. Основним недоліком цього методу є суб'єктивність. Для її зниження застосовують методи кількісної оцінки показників.

Вимірювальні методи призначені для встановлення хімічних, фізичних, біологічних та інших показників якості продукції. Їх застосування дозволяє вирішувати спори, що виникають між підприємствами-виробниками і торговими організаціями. Проте для проведення цих випробувань необхідне спеціальне обладнання.

## РОЗДІЛ 2

### ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ІНДАР»

#### 2.1. Маркетингова характеристика ПрАТ «Індар»

Приватне акціонерне товариство по виробництву інсулінів «ІНДАР» ПрАТ «Індар» - підприємство з повним технологічним циклом виробництва генно-інженерних інсулінів – від субстанції до готових лікарських форм. Єдиний в Україні виробник інсулінів тваринного походження (свинячих). Компанія здійснює експорт фармацевтичної продукції з високим рівнем доданої вартості – біотехнологічних продуктів і технологій їх виробництва. Потужності столичного інсулінового заводу «Індар» дозволяють виробляти 13-15 мільйонів флаконів препарату на рік.

ПрАТ «Індар» розташоване в місті Києві по вулиці Зрошувальній, 5 Дарницького району.

29 січня 1997 року Кабінетом Міністрів України прийнято Постанову № 82 «Про організацію виробництва вітчизняних інсулінів». Саме з цього часу розпочалась офіційна історія становлення та розвитку єдиного в Україні стратегічно необхідного заводу з повним технологічним циклом виробництва інсулінів – «Індар».

21 червня 1999 року завод «Індар» було введено в дію. З кожним роком підприємство збільшувало виробничі потужності. Виробництво інсуліну – складний наукоємний біотехнологічний процес. Запровадити повний технологічний цикл виробництва інсулінів – від субстанції до готових лікарських форм – змогли лише декілька заводів у світі, в тому числі ПрАТ «Індар».

Стратегічна ціль (місія) ПрАТ «Індар» як партнера глобальної системи охорони здоров'я полягає у тому, щоб мільйони людей у всьому світі з

хронічними та соціально значимими захворюваннями могли жити тривалим і повноцінним життям.

Виходячи з цього основними цілями компанії є:

- досягнення національного лідерства у забезпеченні пацієнтів життєво необхідними якісними та доступними лікарськими засобами з доведеним терапевтичним ефектом.

- зміцнення позицій довіреного та відкритого партнера для мільйонів людей, які живуть з цукровим діабетом, ВІЛ/СНІДом, туберкульозом та іншими хронічними захворюваннями.

- підтримання незмінно високого рівня стандартів надійного та стабільного партнерства з фахівцями медичної та фармацевтичної галузей.

- підвищення ефективності новітніх технологій, співпрацюючи із світовими лідерами фармацевтичної галузі.

- зміцнення позитивний імідж України на світовому ринку шляхом експорту продукції з високим рівнем доданої вартості / біотехнологічних продуктів і власних технологій їх виробництва.

- цінування дару життя кожної людини, усвідомлення соціальної відповідальності перед пацієнтами і зобов'язання перед партнерами, підтримання власної ділової репутації і удосконалення технології виробництва та контролю ефективності лікарських засобів.

Ключовим кроком у розвитку компанії стала розробка власної технології виробництва рекомбінантного інсуліну людини. З жовтня 2000 року завод почав випуск препаратів під своїми торговими марками: «Хумодар» (інсуліни людини рекомбінантні), «Монодар» (інсуліни свинячі монокомпонентні), а також препарати інших груп – антикоагулянти (гепарин) та гемостатичні лікарські засоби (протаміну сульфат).

ПрАТ «Індар» започаткував в Україні експорт фармацевтичної продукції з високим рівнем доданої вартості – біотехнологічних продуктів і технологій їх виробництва. Сучасне технічне оснащення цехів та ІТ-технології дозволяють керувати процесами виробництва, здійснювати постійний

контроль якості продукції та автоматично документувати результати моніторингу, досягаючи максимальної чистоти субстанції інсуліну та виробляти лікарські препарати найвищої якості.

На сьогодні ПрАТ «Індар» забезпечує понад 40% потреб пацієнтів у препаратах інсуліну в Україні, виробляє весь спектр препаратів рекомбінантного інсуліну людини за власною унікальною запатентованою технологією. Близько 110 тис. пацієнтів в Україні забезпечуються препаратами інсуліну національного виробника ПрАТ «Індар».

Понад 250 тис. пацієнтів за кордоном використовують продукцію київського заводу. А найближчим часом розвиток вітчизняної компанії передбачає збільшення продуктового портфеля засобами імунoproфілактики (вакцинами), а також новими лікарськими засобами та виробами медичного призначення для забезпечення всебічних потреб людей, які живуть з цукровим діабетом, ВІЛ / СНІДом та туберкульозом.

Починаючи з 2003 року підприємство підтверджує європейську якість продукції та відповідність виробництва сертифікатом GMP. У світовій практиці «Правила виробництва лікарських засобів (Good Manufacturing Practice for Medicinal Products (GMP))» є основним документом, на підставі якого проводиться сертифікація фармацевтичних виробництв.

Протягом останніх двох років «Індар» активно збільшує присутність своїх препаратів на зовнішніх ринках. Компанія однією з перших отримала Національний сертифікат GMP, має бразильський GMP (ANVISA) та ініціювала процес отримання європейського сертифікату GMP.

Інсуліни «Індару» зареєстровані у Казахстані, Росії, Молдові, Сирії, Ємені, Йорданії та Іраку, ведуться перемовини щодо продажу інсулінів у країнах об'єднання Меркосур (Mercosur – загальний ринок країн Південної Америки, на території яких розповсюджується дія бразильського сертифікату GMP ANVISA).

Розглянемо показники роботи підприємства за даними табл. 2.1.

## Основні показники діяльності ПрАТ «Індар» за 2021-2022 рр.

Показники	Од.виміру	2021	2022	Відхилення	
				Абсолютне, +-	Відносне%
1.Чистий дохід(виручка) від реалізації продукції	тис. грн.	753184	689417	-63767	-8,47
2.Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	531762	447911	-83851	-15,77
3.Адміністративні витрати	тис. грн.	69508	62925	-6583	-9,47
4. Витрати на збут	тис. грн.	113405	79667	-33738	-29,75
5.Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції	тис. грн.	714675	590503	-124172	-17,37
6. Прибуток від реалізації продукції	тис. грн.	38509	98914	60405	156,86
7. Чистий прибуток	тис. грн.	744	31827	31083	в 41,7 раз
8. Витрати на 1 грн. чистого доходу	коп.	94,89	85,65	-9,24	-9,74
9. Рентабельність діяльності (продаж)	%	5,11	14,35	9,24	X
10. Рентабельність реалізованої продукції	%	5,39	16,75	11,36	X

Джерело: складено за даними підприємства

Протягом досліджуваного періоду чистий дохід зменшився на 63767 тис.грн. або 8,47%, що пов'язано із повномасштабним вторгненням РФ на територію України.

Відповідно до скорочення обсягів виробництва і реалізації продукції відбулось зменшення собівартості реалізованої продукції на 83851 тис.грн. (15,77%). Також відбулось значне зменшення витрат на збут на 33738 тис.грн. або майже на 30%, що також пов'язано із значним скороченням рекламної діяльності із березня 2022 року.

В результаті цих змін можна відмітити позитивні тенденції збільшення прибутку від реалізації продукції на 60405 тис.грн. (156,86%) та чистого прибутку, що зріс майже у 42 рази.

Потужності підприємства дозволяють виробляти 13-15 млн. флаконів інсуліну на рік. Продукція підприємства експортується в Молдову, Казахстан, держави СНД, Бразилію та інші країни. У планах компанії - розширення продуктової лінійки за рахунок нових лікарських засобів для людей, які живуть із цукровим діабетом, СНІДом та туберкульозом.

Забезпечення підприємства сировиною та матеріалами для виробництва продукції відбувається за рахунок кооперації з постачальниками. Компанія заключила договори з іноземними фірмами щодо постачання переважно субстанцій та допоміжних матеріалів. І стабільно співпрацює з ними десятиліттями. Серед них можна виокремити «Indukern Chemie AG» (Швейцарія), «Menadiona S.L.» (Іспанія), «INCOPHARM GmbH» (Німеччина), «Jiangsu Chaohua Glasswork Co., Ltd.» (Китай) та «COLORCON Limited» (Велика Британія).

Серед основних іноземних постачальників, які поставляють обладнання, запчастини можна виділити: «I.M.A Industria Macchine Automatiche S.p.A.» (Італія), «ADAMUS HT Sp. z o.o.», «Bosch Packaging Services AG», «GUK- Falzmaschinen Griesser and Kunzmann GmbH and Co.KG» та «KILIAN Tableting GmbH».

Основними вітчизняними постачальниками ПрАТ «Індар», які постачають допоміжні матеріали (флакони, пробки, ковпачки, фольгу), є ТОВ «Юнік Фарма» (м. Новоград-Волинський), ТОВ «АНІД-ПАК» (м.Київ), ПП «Дніпрокварц» (Полтавська обл.), ДП Видавничий дім «Укрпол» (м.Стрий), МП «Чернівецький завод медичних виробів» (м. Чернівці) та ТОВ «Ельграф» (м. Львів). Постачальниками друкованої продукції, хімреактивів, допоміжної сировини є ТОВ «Агрополіграфсервіс» (м. Київ), ПАТ «Ексімед» (м. Київ), ТОВ «Кременчуцька міська друкарня» (м. Кременчук), та інші.

Посередниками, які допомагають підприємству у розподілі продукції є ТОВ «Бадм», КП «Фармація», ТОВ «Компанія «Укроптпостач», ПП «САНА КО», ТОВ «УКРФАРМЕКСПОРТ», ПП «Українські ветеринарні технології», ТОВ «ФАРМА-СВІТ».

Система збуту продукції охоплює всю територію України, також постачання здійснюється в країни ближнього та дальнього зарубіжжя (Узбекистан, Казахстан, Азербайджан, Грузію, Вірменію, Таджикистан, Молдову, В'єтнам, Киргизстан, Туркменістан, Польщу, Сербію).

Основними вітчизняними конкурентами ПрАТ «Індар» у сфері:

- виробництва інсуліні є ПАТ «Фармак» та ПрАТ «Інтерветмед»;
- виробництва пероральних гіпоглікемічних засобів: ТОВ ТОВ «Здоров'я» (глібенкламід, хлорпропам), ПАТ «Дніпрофарм» (глюренорм), Монастирищенський ХФЗ», ПАТ «Фармак» (ізодибут).

Зарубіжними конкурентами, що постачають на український ринок антидіабетичні лікарські засоби є Ново-Нордіск» (Данія), «Елі-Ліллі» (США), «Санофі-Авентіс» (Франція), «Біотон» (Польща).

Основним споживачем продукції ПрАТ «Індар» є особи хворі на цукровий діабет. З них 20% приходить на інсуліно-залежний цукровий діабет (ІЗЦД), що, як відомо, виявляється в дитячому і юнацькому віці, а 80% — на інсулінонезалежний цукровий діабет (ІНЦД).

Встановлено, що число хворих на цукровий діабет подвоюється через кожні 15 років. Масові скринінгові обстеження показали, що у розвинених країнах важкими формами цукрового діабету страждає від 2 до 4 % населення. Крім того, ще у 4-6 % виявляються латентні або прикордонні форми діабету, що позначаються як «порушення толерантності до глюкози».

За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, майже 422 мільйони людей у всьому світі хворіють на цукровий діабет, а 1,5 мільйона смертей щороку безпосередньо пов'язані з цим захворюванням. За прогнозом, до 2030 року кількість людей з цукровим діабетом зросте до 600 млн.

В Україні зареєстровано більше 1 млн. 400 тисяч осіб хворих на діабет, близько 190 тис. пацієнтів – інсулінозалежні, з них понад 7,5 тис. – діти. Діабет займає 3-тє місце за поширеністю після серцево-судинних захворювань та онкологічних хвороб. За даними ВООЗ, цукровий діабет збільшує смертність в 2-3 рази і скорочує тривалість життя [1].

На фармацевтичному ринку України 30 фірм позиціонують препарати 46 міжнародних назв під 89 торговими назвами, з яких 34 виробляються в Україні. Лідерами на вітчизняному фармацевтичному ринку антидіабетичних препаратів визнано Україну, Німеччину і Данію. Основні виробники інсуліну представлені у Додатку В.

В акціонерному товаристві постійно діє програма модернізації розширення виробництва, постійно здійснюються капітальні інвестиції.

Підприємство не може розраховувати на існуючі товари та ринки, тому що ситуацію на ринку змінюється і це несе великі ризики. Тому необхідно постійно шукати нові можливості розвитку. Це можна зробити за допомогою сітки розвитку товар/ринок (матриці Ансоффа).

Матриця І. Ансоффа складається з чотирьох квадрантів :

- Більш глибоке проникнення на ринок (наявні товари на наявних ринках) – передбачає що продукт продовжує продаватись в межах існуючого ринку зі збільшенням обсягу збуту, ринкової частки та прибутків на наявних ринках завдяки наявним товарам.
- Розширення меж ринку – передбачає збільшення обсягу збуту завдяки виходу на новий ринок фірми з наявним товаром.
- Розробка товару – передбачає збільшення обсягів збуту завдяки вдосконаленню наявних і розробці нових товарів для наявних ринків.
- Диверсифікація – передбачає розробку нових товарів для нових ринків.

Пояснимо заходи, які знайшли відображення у матриці.

1. Більш глибоке проникнення на ринок. Пропонується активізувати збут та просування товару серед лікувальних закладів, тобто продавати свої товари у нових приватних лікарнях, за рахунок нових товарів збільшити обсяги реалізації. Доцільно налагодити систему доставки товару замовникам, використовуючи нові можливості онлайн торгівлі, а також вдосконалюючи систему логістики.

2. Розширення меж ринку. Щоб охопити більше сегментів, необхідно приймати участь у освоєнні нових ринків збуту. З цією метою доцільно організувати співпрацю з приватними клініками, які постійно з'являються.

Підприємство активно освоює міжнародні ринки і постачає продукцію на експорт. Але можна розширити межі ринків шляхом укладання угод із країнами ближнього зарубіжжя: Білоруссю, Узбекистаном, Вірменією, Грузією, Таджикистаном, Азербайджаном, налагодити постачання продукції у країни ЄС, а також у країни Африканського континенту. Це значно розширить географію поставок та допоможе збільшити обсяги реалізації продукції (табл. 2.2).

3. Розвиток товару. Дане підприємство відноситься до інноваційних, тому що має великий технічний та кадровий потенціал для розроблення та впровадження нових технологій виробництва та нових видів продукції. Тому пропонується розширити асортиментну лінійку продукції для діабетиків шляхом включення до асортиментного портфеля нових ліків.

Пропонується розширити асортимент засобів медичного призначення. Додати, окрім ReDerma – шкарпеток лікувально-профілактичні з ексклюзивною технологією використання мідних волокон для попередження синдрому діабетичної стопи, ще якісь вироби, які будуть мати лікувально-профілактичний характер.

Підприємство виробляє препарати інсуліну короткої та середньої тривалості дії, але в асортиментному портфелі відсутні препарати довготривалої дії. Можна налагодити виробництво препарату Лантус® – інсулін гларгін довготривалої дії.

Також можна розширити свої можливості шляхом налагодження виробництва препаратів, які нормалізують рівень цукру, на основі рослинної сировини. У якості сировини може бути використана кора коричника (*Cinnamomum spp.*) 400 мг, екстракт листя джимнеми 250 мг, екстракт насіння пажитника 210 мг, екстракт з плодів гіркового гарбуза 150 мг, опунція (листя) 150 мг, чорниця (листя). Ця суміш допомагає регулювати рівень цукру в крові.

## Матриця І. Ансоффа для ПрАТ «Індар»

	Існуючі товари	Нові товари
Існуючі ринки	<p>1. Більш глибоке проникнення на ринок:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- активізувати збут та просування товару серед лікувальних закладів;</li> <li>- налагодити систему доставки товару замовникам;</li> <li>- надати кредити торговим посередникам;</li> <li>- організувати торгівлю за каталогами;</li> <li>- налагодити продаж товарів через онлайн-канали;</li> <li>- прийняти участь в організації навчання в школах самоконтролю ЦД;</li> <li>- прийняти участь у створенні віртуальної комп'ютерної/інтернет-школи з навчання самоконтролю ЦД для хворих дітей і членів їхніх сімей;</li> <li>- популяризувати товари для хворих на ЦД шляхом реклами на телебаченні та в соціальних мережах;</li> <li>- приймати участь у вітчизняних та міжнародних виставках для ознайомлення з продукцією підприємства.</li> </ul>	<p>3. Розвиток товару:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- розширити асортиментну лінійку продукції для діабетиків;</li> <li>- налагодити виробництво інсулінових pomp - медичного пристрою для введення інсуліну при лікуванні цукрового діабету;</li> <li>- розширити асортимент засобів медичного призначення;</li> <li>- розширити асортимент засобів введення інсуліну, зокрема, шляхом додавання дитячого варіанту шприц-ручки багаторазового використання для картриджів з інсуліном id Pen;</li> <li>- налагодити виробництво препарату Лантус® – інсулін гларгін довготривалої дії;</li> <li>- налагодити виробництво препаратів, які нормалізують рівень цукру, на основі рослинної сировини;</li> <li>- налагодити виробництво харчових добавок для регулювання цукру у крові.</li> </ul>
Нові ринки	<p>2. Розширення меж ринку:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- організувати співпрацю з приватними клініками;</li> <li>- укласти угоди на постачання продукції із країнами ближнього зарубіжжя: Білоруссю, Узбекистаном, Вірменією, Грузією, Таджикистаном, Азербайджаном;</li> <li>- укласти угоду на постачання продукції у країни ЄС;</li> <li>- укласти угоду на постачання продукції у країни Африканського континенту.</li> </ul>	<p>4. Диверсифікація :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- організувати виробництво цукерок в асортименті для хворих на ЦД;</li> <li>- організувати виробництво борошняних виробів в асортименті для хворих на ЦД;</li> <li>- відкрити кафе у лікарнях, де лікують хворих на ЦД, та організувати продаж чаю і інших напоїв із спеціальною випічкою.</li> </ul>

Джерело: сформовано автором

4. Диверсифікація. Підприємство займається своєю основною діяльністю: виробництвом лікувальних засобів. Але може розвиватися ще в іншому напрямку – виробляти товари, які не відповідають профілю

підприємства. З цією метою можна організувати виробництво цукерок для хворих на ЦД.

## **2.2. Аналіз складу та структури асортименту продукції ПрАТ «Індар»**

Асортимент продукції ПрАТ «Індар» складається з 8 асортиментних груп:

- пероральні гіпоглікемічні засоби;
- препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах;
- засоби введення інсуліну;
- системи моніторингу рівня глюкози в крові;
- засоби, що впливають на метаболічні процеси;
- засоби медичного призначення;
- антитромботичні засоби;
- антидоти.

*Пероральні гіпоглікемічні засоби.* До них належить Метформін – бігуанід з антигіперглікемічним ефектом. Знижує рівень глюкози у плазмі крові як натще, так і після прийому їжі. Метформін знижує продукування глюкози у печінці, покращує чутливість до інсуліну у м'язах та утилізацію глюкози, затримує всмоктування глюкози у кишечнику. Таблетки по 500 та 1000 мг №30, №60.

*Препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах.* До них належать: препарати інсуліну короткої тривалості дії, препарати інсуліну середньої тривалості дії, препарати інсуліну комбінація короткої та середньої тривалості дії.

Препарати інсуліну короткої тривалості дії – Хумодар®р 100Р. Препарат інсуліну людини рекомбінантного. Протидіабетичний засіб короткої дії. Забезпечує швидке зниження рівня глюкози у крові, посилює її засвоєння тканинами. Ефект настає вже через 30 хвилин і може тривати протягом 5-7

год., в залежності від дозування. Розчин для ін'єкцій у картриджах по 3 мл (100 МО/мл) №3, №5, у флаконах по 10 мл (100 МО/мл) №1

Препарати інсуліну середньої тривалості дії – Хумодар®р 100р. Препарат інсуліну людини рекомбінантного. Протидіабетичний засіб середньої тривалості дії, який забезпечує зниження рівня глюкози у крові, посилює її засвоєння тканинами. Характеризується повільним початком та значною тривалістю дії. Дія препарату настає через 1 годину після введення, тривалість дії може становити 12-20 годин. Суспензія для ін'єкцій у картриджах по 3 мл (100 МО/мл) №3, №5. Суспензія для ін'єкцій у флаконах по 10 мл (100 МО/мл) №1.

Препарати інсуліну комбінація короткої та середньої тривалості дії – Хумодар К25 100Р. Препарат інсуліну людини рекомбінантного. Протидіабетичний засіб комбінації інсулінів короткої та середньої тривалості дії, забезпечує зниження рівня глюкози у крові, посилює її засвоєння тканинами. Характеризується швидким початком та подовженою тривалістю дії. Дія препарату настає через 30-45 хвилин після введення, а тривалість дії може становити 12-16 годин (залежно від дози та індивідуальних особливостей організму). Суспензія для ін'єкцій у картриджах по 3 мл (100 МО/мл) №3, №5. Суспензія для ін'єкцій у флаконах по 10 мл (100 МО/мл) №1.

*Засоби введення інсуліну.* До них належать:

- голки Insupen сумісні з усіма наявними на ринку інсуліновими шприц-ручками і виробляються відповідно до європейського стандарту якості EN ISO 11608-2:2000 «TYPE A»;

- шприц-ручка багаторазового використання для картриджів з інсуліном id Pen, призначена для введення доз інсуліну від 1 до 60 МО з кроком у 1МО. Шприц-ручку id Pen слід використовувати тільки з інсуліновими картриджами виробництва ПрАТ «ІНДАР» та сумісними голками.;

- стерильні інсулінові шприци Insumed 31G/30G/29G зі збільшувальною лінзою від Pic technology – справжній прорив у терапії цукрового діабету.

*Системи моніторингу рівня глюкози в крові.* Глюкометри AGM-4000. Зручний прилад, що автоматично кодується. Підходить як для індивідуального, так і для професійного використання.

Тест-смужки GlucoDr. auto™ А призначені для використання лише з глюкометром GlucoDr. auto™ А та GlucoDr.™ auto (Модель AGM-4000 вироблена All Medicus Co.,Ltd.). Призначені для самостійного визначення рівня глюкози в крові.

*Засоби, що впливають на метаболічні процеси* – Тіоктодар. Препарат тіоктової ( $\alpha$ -ліпоєвої) кислоти. Знижує резистентність до інсуліну, сприяє зниженню вмісту глюкози в крові та гальмує розвиток периферичної нейропатії. Ефект настає вже через 30 хвилин і може застосовуватися 1-2 рази на добу, в залежності від дозування. Розчин для ін'єкцій по 10 мл у флаконах №1, №5, №10.

*Засоби медичного призначення* – ReDerma – шкарпетки лікувально-профілактичні з ексклюзивною технологією використання мідних волокон для попередження синдрому діабетичної стопи.

*Антитромботичні засоби* – Гепарин-Індар. Препарат належить до антикоагулянтів прямої дії. Гепарин діє швидко. Використовують для лікування тромбоемболії та захворювань, що супроводжуються ризиком тромбоемболічних ускладнень, попередження післяопераційних венозних тромбозів та емболії легеневої артерії, запобігання згортання крові при діалізі та екстракорпоральному кровообігу. Розчин для ін'єкцій 5 мл (25000 МО/5 мл) №1, №5, №100.

*Антидоти* – Протаміну сульфат. Ефективний антидот гепарину в еквівалентній дозі: 1 мг протаміну сульфату нейтралізує 1 мг гепарину. Застосовується для нейтралізації надлишкової небажаної антикоагуляційної дії гепарину: у разі передозування, перед та після операцій на тлі терапії

гепарином, після операцій на серці і кровоносних судинах із застосуванням екстракорпорального кровообігу, при проведенні гемодіалізу із застосуванням гепарину. Випускається у розчині для ін'єкцій у флаконах по 10 мл (1 000 МО/мл) №1 і по 5 мл (1 000 МО/мл) №5.

Для оцінювання асортименту ПрАТ «Індар», розглянемо ширину та його глибину в табл. 2.3.

Таблиця 2.3

**Ширина та глибина асортименту продукції ПрАТ «Індар»**

		Ширина асортименту							
		пероральні гіпоглікемічні засоби	препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах	засоби введення інсуліну	системи моніторингу рівня глюкози в крові	засоби, що впливають на метаболічні процеси	засоби медичного призна-чення	антитромботичні засоби	антидоти
		1	2	3	4	5	6	7	8
Глибина асортименту	МЕТФОРМІН ІНДАР Таблетки по 500 та 1000 мг №30, №60	ПРЕПАРАТИ ІНСУЛІНУ КОРОТКОЇ ТРИВАЛОСТІ ДІІ Хумодар Р 100Р Розчин для ін'єкцій у картриджах по 3 мл (100 МО/мл) №3, №5. Розчин для ін'єкцій у флаконах по 10 мл (100 МО/мл) №1	Голки INSUPEN для шприц-ручок	Глюкометр GlucoDr. auto™ А AGM-4000	Тіоктодар Розчин для ін'єкцій по 10 мл у флаконах №1, №5, №10	ReDerma - шкарпетки лікувально-профілактичні для попередження синдрому діабетичної стопи	Гепарин-ІНДАР Розчин для ін'єкцій 5 мл (25000 МО/5 мл) №1, №5, №100	Протаміну сульфат  Розчин для ін'єкцій у флаконах по 10 мл (1 000 МО/мл) №1 і по 5 мл (1 000 МО/мл) №5.	
		ПРЕПАРАТИ ІНСУЛІНУ СЕРЕДНЬОЇ ТРИВАЛОСТІ ДІІ Хумодар Б 100Р Суспензія для ін'єкцій у картриджах по 3 мл (100 МО/мл) №3, №5 Суспензія для ін'єкцій у флаконах по 10 мл (100 МО/мл) №1	ШПРИЦ-РУЧКА ДЛЯ ВВЕДЕННЯ ІНСУЛІНУ id Pen	Тест-смужки GlucoDr. auto™ А					
		ПРЕПАРАТИ ІНСУЛІНУ КОМБІНАЦІЯ КОРОТКОЇ ТА СЕРЕДНЬОЇ ТРИВАЛОСТІ ДІІ Хумодар К25 100Р Суспензія для ін'єкцій у картриджах по 3 мл (100 МО/мл) №3, №5 Суспензія для ін'єкцій у флаконах по 10 мл (100 МО/мл) №1	Стерильні інсулінові шприци Insumed 31G/30G/29G зі збільшувальною лінзою від Pic technology						

Джерело: сформовано автором

Як видно з таблиці 2.3, асортимент ПрАТ «Індар» є достатньо широким, але не глибоким, оскільки завод спеціалізується на виробництві саме інсуліну короткої тривалості, середньої тривалості і повністю задовольняє потреби споживачів в цьому лікарському препараті.

Насиченість асортименту складає 13 позицій, які є головними для хворих на цукровий діабет.

Динаміка обсягів реалізації продукції представлено у табл. 2.4.

Таблиця 2.4

**Динаміка обсягів реалізації продукції ПрАТ «Індар»  
за 2021-2022 рр.**

Найменування асортиментної групи	Обсяги реалізації продукції, тис.грн.		Абсолютне відхилення, +-	Відносне відхилення, %
	2021	2022		
пероральні гіпоглікемічні засоби	16670	11018	-5652	-33,91
препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах	701735	653661	-48074	-6,85
засоби введення інсуліну	5441	3728	-1713	-31,48
системи моніторингу рівня глюкози в крові	6270	3669	-2601	-41,48
засоби, що впливають на метаболічні процеси	9897	6712	-3185	-32,18
засоби медичного призначення	543	121	-422	-77,72
антитромботичні засоби	6955	6255	-700	-10,06
антидоти	5673	4253	-1420	-25,03
Разом	753184	689417	-63767	-8,47

*Джерело: складено автором*

Виходячи із представленої таблиці, можна зробити висновки про те, що по кожній асортиментній групі відбулось зниження обсягів реалізації продукції. Найбільшого скорочення зазнали такі асортиментні групи як препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах – зменшення обсягів реалізації на 48074 тис.грн. (6,85%), пероральні гіпоглікемічні засоби – зменшення на 5652 тис.грн. (33,91%) та засоби, що впливають на метаболічні процеси 3185 тис.грн. (32,18%).

Проаналізуємо зміни у структурі асортименту у табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Динаміка структури асортименту продукції ПрАТ «Індар» у 2021-2022**

**рр.**

Найменування асортиментної групи	Обсяги реалізації продукції, тис.грн.		Структура асортименту, %		Відхилення у структурі, %
	2021	2022	2021	2022	
пероральні гіпоглікемічні засоби	16670	11018	2,21	1,6	-0,61
препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах	701735	653661	93,17	94,81	1,64
засоби введення інсуліну	5441	3728	0,72	0,54	-0,18
системи моніторингу рівня глюкози в крові	6270	3669	0,83	0,53	-0,30
засоби, що впливають на метаболічні процеси	9897	6712	1,31	0,97	-0,34
засоби медичного призначення	543	121	0,07	0,02	-0,05
антитромботичні засоби	6955	6255	0,92	0,91	-0,01
антидоти	5673	4253	0,75	0,62	-0,13
Разом	753184	689417	100	100	X

Джерело: складено автором

У структурі асортименту найбільшу частку складають препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах, при чому, незважаючи, що обсяг реалізації по цій асортиментній групі зменшився, структурна частка зростає з 93,17% до 94,81. Структура асортименту по іншим групам суттєво не змінилась.

Адаптована матриця БКГ є одним з варіантів матриці Бостонської Консалтингової Групи і використовується для оцінки збалансованості асортиментного портфеля підприємства. Ця матриця побудована на основі співвідношення між темпами зростання продажів в порівнянні з попереднім періодом і часткою обсягу продажів асортиментної групи у загальному обсязі продажів підприємства.

Для оцінки рівня збалансованості асортиментного портфеля підприємства з використанням адаптованої матриці БКГ, представимо вихідні дані у табл.2.6.

Таблиця 2.6

**Вихідні дані для побудови адаптованої матриці БКГ ПрАТ «Індар»  
за 2021-2022 р.р.**

Найменування асортиментної групи	Обсяги реалізації продукції, тис.грн.		Темпи зростання обсягів реалізації, %	Питома вага асортиментної групи, %
	2021	2022		
1	2	3	4	5
пероральні гіпоглікемічні засоби	16670	11018	66,09	1,6
препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах	701735	653661	93,15	94,81
засоби введення інсуліну	5441	3728	68,52	0,54
системи моніторингу рівня глюкози в крові	6270	3669	58,52	0,53
засоби, що впливають на метаболічні процеси	9897	6712	67,82	0,97

1	2	3	4	5
засоби медичного призначення	543	121	22,28	0,02
антитромботичні засоби	6955	6255	89,94	0,91
антидоти	5673	4253	74,97	0,62
Разом	753184	689417	91,53	100

*Джерело: складено автором*

Для визначення горизонтальної лінії поділу поля матриці на зони розраховуємо середнє значення між мінімальною та максимальною величинами темпів зростання продажу продукції:

$$T_{\text{сер}}^{2022} = \frac{93,15\% + 22,28\%}{2} = 57,72\%$$

Для визначення вертикальної лінії поділу матриці на зони розраховуємо середнє значення частки обсягів продажу асортиментної групи у загальному продажу продукції.

$$Ч_{\text{сер}}^{2022} = \frac{94,81\% + 0,02\%}{2} = 47,42\%$$

На проведених розрахунках будуємо адаптовану матрицю, відклавши по вертикальній осі «темпи зростання обсягів продажу асортиментної групи по відношенню до попереднього періоду», а по горизонтальній – значення показника «частка асортиментної групи в загальному обсязі продажів компанії» (рис.2.1).

Отже, побудувавши адаптовану матрицю БКГ можна побачити, що жодна асортиментна група не увійшла до складу групи «Собака», відповідно всі асортиментні групи знайшли свого споживача і приносять прибуток підприємству.

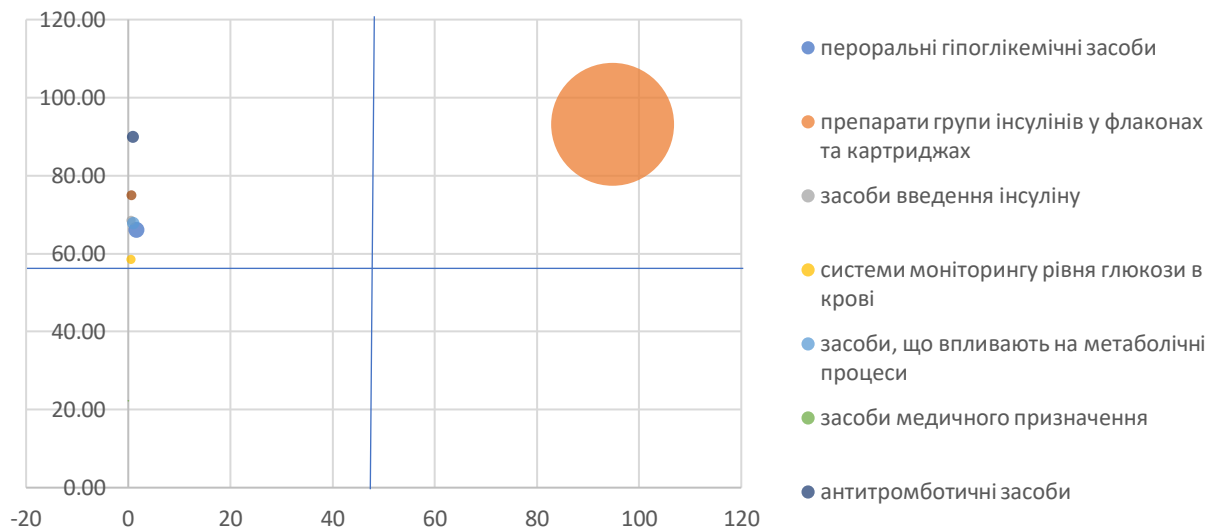


Рис.2.1. Адаптована матриця БКГ для ПрАТ «Індар»

В той же час всі асортиментні групи, окрім препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах відносяться до сегменту «Важкі діти». Асортиментні групи, що представлені у цьому сегменті відрізняються низькою питомою вагою в складі продукції підприємства, з іншого боку – досить високими темпами зростання ринку. По відношенню до таких стратегічних одиниць немає однозначних рекомендацій, оскільки у випадку, якщо очікувана віддача більше обсягу додаткових інвестицій на підтримку високих темпів зростання і збільшення відносної частки ринку - застосовується наступальна стратегія, в іншому випадку - намагаються таку стратегічну одиницю поступово вивести з ринку.

В групу «Зірки» потрапили препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах, тобто ті асортиментні позиції підприємства, які є ринковими лідерами. Вони приносять підприємству певний прибуток, але потребують ще більших капіталовкладень.

Підприємству слід докласти зусиль для збалансування асортименту, оскільки в даному випадку асортимент ПрАТ «Індар» є не збалансованим, оскільки в асортиментному портфелі немає (або невелика частина) товарів, що є джерелами фінансування для компанії (товари групи «Дійні корови»).

### 2.3. Оцінювання рівня якості продукції ПрАТ «Індар»

Починаючи з 2003 року ПрАТ «Індар» підтверджує європейську якість продукції та відповідність виробництва сертифікатом GMP. У світовій практиці «Правила виробництва лікарських засобів (Good Manufacturing Practice for Medicinal Products (GMP))» є основним документом, на підставі якого проводиться сертифікація фармацевтичних виробництв. Сертифікат GMP означає, що продукція вироблена в суворій відповідності з необхідним хімічним складом в умовах, що не допускають попадання сторонніх речовин, а також належним чином упакована, що гарантує збереження всіх властивостей протягом терміну придатності. Даний стандарт містить поняття «чистого приміщення», під яким розуміється приміщення, в якому контролюється концентрація зважених в повітрі частинок, що збудоване і використовується так, щоб звести до мінімуму надходження, виділення і утримання частинок усередині приміщення, і дозволяє контролювати інші параметри – температуру, вологість і тиск. Стандарти враховують навіть найдрібніші деталі аж до матеріалів, обладнання та спецодягу, використовуваних при фармацевтичному виробництві.

Слід зазначити, що лікарські препарати ПрАТ «Індар» - це ліки найвищої якості, що було доведено клінічними дослідженнями, спеціально проведеними для перевірки якості продукції.

Високу якість продукції і належні стандарти виробництва ПрАТ «Індар» було підтверджено:

- Державною інспекцією з контролю якості лікарських засобів МОЗ України – дотримання Ліцензійних умов щодо виробництва лікарських засобів (2009);

- Вищою радою з лікарських засобів та виробів медичного призначення Міністерства здоров'я та народонаселення Республіки Ємен (SBDMA) – відповідність GMP правилам виробництва і контролю якості лікарських засобів. Отримано ухвалу щодо реєстрації в Республіці Ємен

(2009);

- Державною інспекцією з контролю якості лікарських засобів МОЗ України – відповідність правилам GMP умов виробництва препаратів готових лікарських засобів. Отримано сертифікат GMP (2010);

- Інспекцією Міністерства охорони здоров'я Хашимітського Королівства Йорданія – відповідність системи забезпечення якості та технічний стан виробництва субстанції інсуліну людини рекомбінантного та препаратів інсуліну правилам GMP. Отримано рекомендацію реєстрації в Хашимітському Королівстві Йорданія (2011);

- Державною службою України з лікарських засобів – дотриманням Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з промислового виробництва лікарських засобів (2011);

- Державною службою України з лікарських засобів – галузева атестація лабораторій контролю якості (2012);

- ДП «Укрметртестстандарт» – відповідність лабораторій контролю якості вимогам Державної метрологічної системи (2012);

- Державною службою України з лікарських засобів – відповідність вимогам належної виробничої практики. Отримано сертифікат GMP (2012);

- Національним агентством санітарно-гігієнічного нагляду ФР Бразилія (ANVISA) – отримано сертифікат GMP (2013).

- Сертифікат GMP, виданий Державною службою України з лікарських засобів та контролю за наркотиками, № 083-2016-SAUMP-GMP від 06.12.2016 до 04.11.2019

- Сертифікат GMP, виданий Національним агентством санітарного нагляду Міністерства Охорони Здоров'я республіки Бразилія (ANVISA), від 22.02.2016 до 22.02.2018, останнє оновлення сертифікату від 05.02.2018 до 05.02.2020

- Сертифікат GMP, виданий Міністерством охорони здоров'я Республіки Кот д'Івуар, №1094/MSHP/DGS/DPML від 12.04.2017 до 12.04.2022

- Сертифікат ДСТУ ISO 9001:2015 (ISO 9001:2015), виданий органом по сертифікації систем якості ДП «Укрметртестстандарт», №UA/201-16 від 27.12.2016 до 26.12.2019

- Сертифікат ДСТУ ISO 13485:2015 (EN ISO 13485:2012), виданий органом по сертифікації систем якості ДП «Укрметртестстандарт», №UA/C/256-17 від 29.12.2017 до 28.12.2020

- Свідоцтво про атестацію фізико-хімічної лабораторії, видане Державною службою України з лікарських засобів та контролю за наркотиками, №129/1 від 11.07.2012, термін дії – безстроково.

- Свідоцтво про атестацію мікробіологічної лабораторії, видане Державною службою України з лікарських засобів та контролю за наркотиками, №150 від 31.08.2012 безстроково.

Для оцінювання сприйняття якості продукції ПрАТ «Індар» було проведено опитування серед на інсуліно-залежних хворих на цукровий діабет.

Оцінюючи сприйняття якості інсуліну конкретної досліджуваної компанії та її конкурентів, важливо зібрати відгуки споживачів інсуліну, щоб зрозуміти їхнє сприйняття якості лікарського засобу.

Загалом опитування дозволило оцінити наступні виміри якості як Ефективність, Безпека, Надійність, Зручність, Співвідношення ціни та якості, Загальна задоволеність. Оцінюючи зазначені виміри якості вважаємо за доцільне використати шкалу Лайкерта, яка дозволяє респондентам оцінити свою згоду або незгоду з твердженням за числовою шкалою від 1 до 5 . Таким чином, на кожне твердження респонденти можуть оцінити свою згоду або незгоду за шкалою Лайкерта, наприклад:

- Повністю не згоден
- Не згоден
- І згоден, і не згоден
- Згоден
- Повністю згоден

Питання для анкети представлені у табл. 2.7.

## Питання анкети для оцінювання якості продукції ПрАТ «Індар»

Вимір якості	Питання анкети
1	2
Ефективність	Інсулін Хумодар ефективно контролює мій рівень цукру в крові
	Інсулін Хумодар постійно забезпечує бажаний терапевтичний ефект
Безпека	Я впевнений у безпечності інсуліну Хумодар
	Я не відчував жодних несприятливих наслідків або побічних ефектів від застосування інсуліну Хумодар
Надійність	Інсулін Хумодар стабільно справляється з моїм рівнем цукру в крові, як і очікувалося
	Я довіряю надійності цієї марки інсуліну
Зручність	Інсулін Хумодар легко вводити та використовувати
	Вимоги до зберігання цього інсуліну Хумодар є зручними для мене
Співвідношення ціни та якості	Переваги, які я отримую від інсуліну Хумодар, виправдовують його вартість
	Порівняно з іншими брендами інсулінів, Хумодар пропонує краще співвідношення ціни та якості
Загальна задоволеність	Я задоволений якістю інсуліну Хумодар
	Я б рекомендував інсулін Хумодар іншим хворим

*Джерело: сформовано автором*

Зібравши відповіді за шкалою Лайкерта на кожне з цих запитань, можна оцінити якість інсуліну з точки зору споживачів. Аналіз середніх балів по кожному питанню дасть уявлення про загальну оцінку якості інсуліну.

Первинні результати опитування представлені у Додатку Г та представимо їх вигляді рис.2.2.

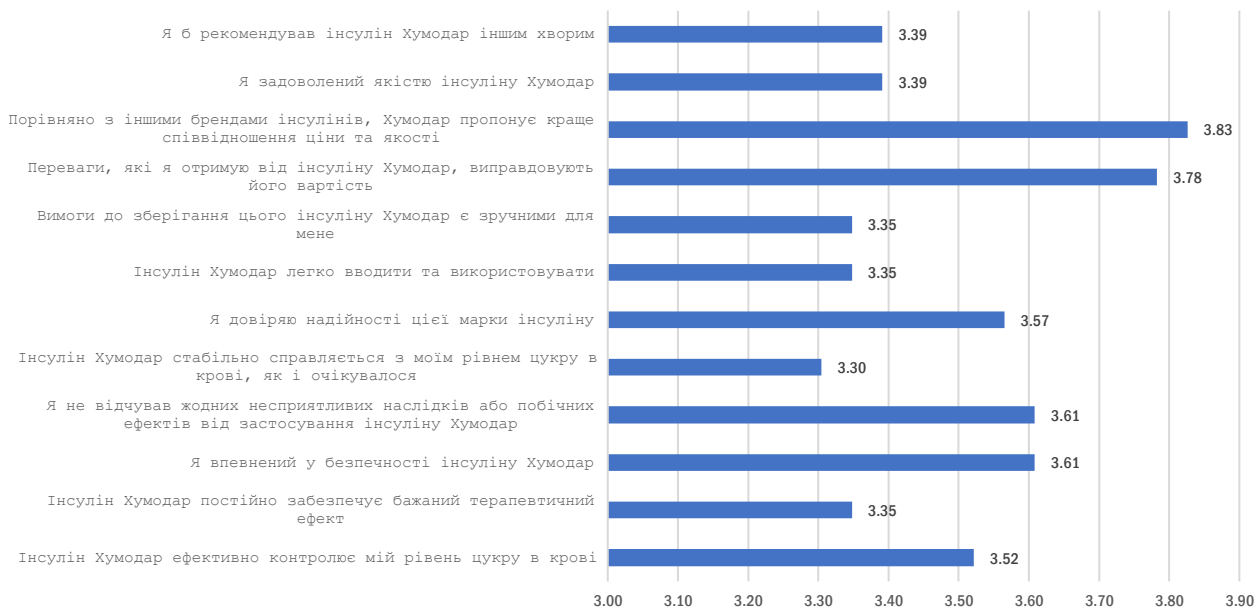


Рис. 2.2. Результати опитування респондентів щодо якості інсуліну Хумодар

За результатами опитувань респондентів можна відмітити, що найвищу оцінку респонденти поставили питанням щодо співвідношення ціни і якості інсуліну та питанням, пов'язаним із безпечністю лікарського засобу. Найменшу оцінку поставили стабільності і постійності дії лікарського засобу. Загалом середній бал по кожному виміру якості інсуліну представлено на рис.2.3.

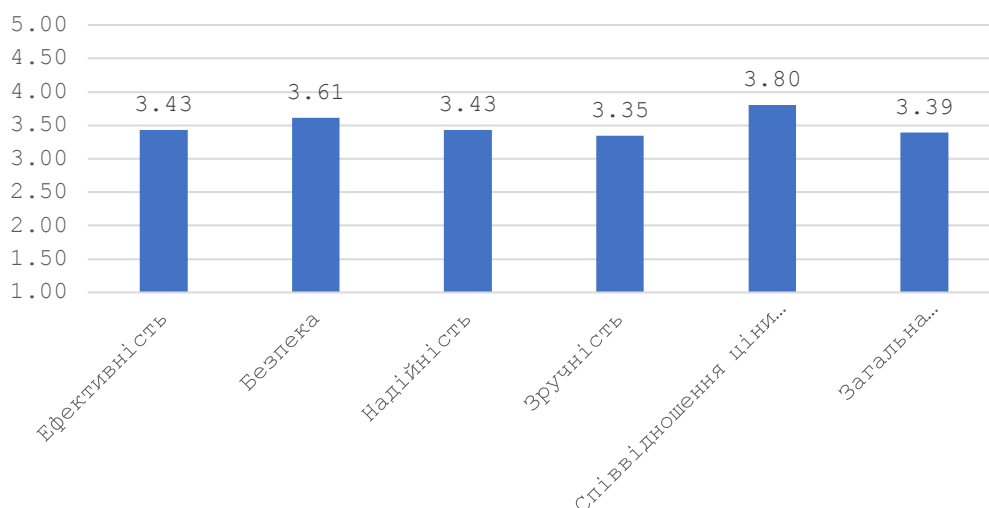


Рис.2.3. Середній бал оцінки респондентів по окремим вимірам якості інсуліну Хумодар

Найвищий бал респонденти поставили за співвідношення ціни та якості продукції, оскільки інсулін Хумодар вітчизняного виробництва майже не поступається якості іноземному інсуліну, а ціна при цьому значно менша.

Найгірший бал респонденти поставили за «Зручність», що вимагає від підприємства докладно оцінити зручність використання інсуліну та внести корективи щодо підвищення простоти його застосування; розглянути інновації або вдосконалення упаковки, щоб зробити інсулін більш зручним для споживачів.

Щодо підвищення ефективності продукту, то необхідно продовжувати інвестувати в дослідження і розробки для підвищення ефективності інсуліну в контролі рівня цукру в крові; проводити клінічні випробування та дослідження для отримання наукових доказів ефективності продукту та позитивного впливу на здоров'я; регулярно відстежувати та аналізувати відгуки споживачів, щоб визначити сфери для підвищення ефективності.

Щодо підвищення надійності продукту, необхідно постійно здійснювати оптимізацію виробничих процесів з метою мінімізації будь-яких відхилень в ефективності інсуліну; налагодити надійне управління ланцюгами поставок, щоб уникнути дефіциту продукції або перебоїв у постачанні.

Для підвищення задоволеності споживачів доцільно запровадити надійну систему зворотного зв'язку зі споживачами для збору та вирішення проблем та пропозицій споживачів; надавати своєчасну та оперативну підтримку споживачам для вирішення будь-яких питань або запитів, пов'язаних з інсуліном; долучатися до регулярних ініціатив з комунікації та взаємодії зі споживачами, щоб зрозуміти їхні потреби та очікування.

Ці заходи можуть допомогти ПрАТ «Індар» покращити сприйняття споживачами якості та підвищити їх загальну задоволеність. Важливо, щоб виробник постійно відстежував та оцінював ефективність цих заходів і вносив корективи за необхідності, щоб відповідати очікуванням споживачів та покращувати сприйняття якості своїх препаратів інсуліну.

## **РОЗДІЛ 3**

### **РОЗРОБЛЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ АСОРТИМЕНТУ ТА ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРАТ «ІНДАР»**

#### **3.1. Основні напрямки удосконалення асортименту та якості продукції підприємства ПрАТ «Індар»**

На динамічному та конкурентному ринку діабетичних препаратів компанії повинні постійно прагнути до вдосконалення асортименту та якості своєї продукції, щоб задовольнити потреби пацієнтів, які постійно змінюються.

Здійснивши аналіз складу і структури асортименту продукції ПрАТ «Індар» можна сказати, що підприємство зосереджене на виробництві діабетичної продукції, зокрема препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах займають більше 90% загального обсягу продаж підприємства. Дослідження товарного асортименту за допомогою матриці БКГ виявило, що майже всі асортиментні групи товарів, окрім препаратів групи інсулінів у флаконах та картриджах відносяться до «знаків питання», які можуть стати перспективними, але потребують вкладання значного фінансування.

Аналіз рівня якості продукції, який сприймається споживачами показав, що є певні проблеми із зручністю, надійністю та ефективністю інсуліну Хумодар, що потребує реалізації певних заходів з боку підприємства.

ПрАТ «Індар» доцільно розглянути можливість розширення асортименту продукції, включивши в нього ширший спектр продуктів, які задовольняють різні потреби пацієнтів з діабетом. Це можуть бути різні типи інсуліну (наприклад, інсулін довгої дії відсутній в асортименті підприємства), пероральні цукрознижувальні препарати з різним механізмом дії, інсулінові ін'єктори з розширеними можливостями, інноваційні системи моніторингу рівня глюкози в крові та інші засоби, спрямовані на метаболічні процеси або пов'язані з ними стани здоров'я, що дозволить ПрАТ «Індар» максимально

задовольнити різноманітні потреби пацієнтів з діабетом. Таке удосконалення асортименту не тільки розширює можливості, доступні пацієнтам, але й збільшує присутність компанії на ринку та її конкурентоспроможність.

Для забезпечення найвищого рівня якості продукції важливим є необхідність інвестування в дослідження і розробки. Впроваджуючи інноваційні технології, вдосконалюючи рецептуру та вирішуючи будь-які виявлені проблеми чи обмеження, компанія може підвищити загальну ефективність, безпеку та зручність своїх продуктів. Дотримання регуляторних стандартів та отримання необхідних сертифікатів також підкреслюється як важливий крок для завоювання довіри споживачів та забезпечення відповідності вимогам.

Співпраця з медичними працівниками, зокрема лікарями, медсестрами та медичними фахівцями з питань діабету, є ще однією ключовою рекомендацією. Їхній цінний внесок та відгуки можуть спрямовувати розробку продукту та забезпечувати відповідність клінічним потребам і найкращим практикам. Використовуючи їхній досвід, компанія може оптимізувати асортимент та якість своєї продукції, що в кінцевому підсумку принесе користь пацієнтам з діабетом.

Важливим напрямом удосконалення асортименту і якості продукції є організація збору відгуків та думок споживачів. Створення надійної системи зворотного зв'язку з клієнтами дозволить ПрАТ «Індар» визначати сфери для вдосконалення, вирішувати проблеми та постійно вдосконалювати свою продукцію.

Підприємство може надавати освітні ресурси та допоміжні матеріали, щоб допомогти пацієнтам ефективно використовувати продукцію та контролювати свій діабет. Це можуть бути організація школи цукрового діабету, посібники з використання продукції, освітні веб-сайти, мобільні додатки, а також доступ до служби підтримки для вирішення будь-яких питань чи занепокоєнь. Такі ініціативи з освіти та підтримки включають співпрацю з діабетичними асоціаціями та групами захисту прав пацієнтів, а також

моніторинг конкурентів є додатковими стратегіями, які пропонуються для підтримки конкурентної переваги та надання високоякісної продукції.

Впроваджуючи ці пропозиції, ПрАТ «Індар» зможе розширити асортимент та покращити якість своєї продукції, задовольнити різноманітні потреби пацієнтів з цукровим діабетом та зміцнити свої позиції на ринку. Регулярна оцінка та адаптація до мінливих потреб споживачів матиме вирішальне значення для збереження конкурентної переваги та забезпечення задоволеності споживачів.

### **3.2. Обґрунтування доцільності реалізації освітнього проекту «Школа діабету»**

Освітній проект «Школа діабету» надає унікальну можливість ПрАТ «Індар» співпрацювати зі спеціалізованими діабетичними організаціями та створити платформу, спрямовану на навчання та підтримку людей, у яких нещодавно був діагностований діабет.

Організуючи щомісячні сесії, Школа діабету може відігравати ключову роль у розширенні можливостей пацієнтів ефективно контролювати свій стан, сприяючи формуванню позитивного та усвідомленого підходу до лікування діабету.

Після встановлення діагнозу діабету люди часто стикаються зі значною прогалиною в знаннях про свій стан та необхідні зміни способу життя. Школа діабету має на меті заповнити цю прогалину, надаючи всебічну освіту з управління діабетом, включаючи інформацію про харчування, ліки, фізичну активність, моніторинг рівня глюкози в крові та загальну самодопомогу. Озброюючи учасників необхідними знаннями та навичками, школа буде надавати їм можливість приймати поінформовані рішення та брати активну участь у власному здоров'ї.

Школа діабету може слугувати також спільнотою підтримки, де люди з діабетом можуть спілкуватися з іншими людьми, які стикаються з подібними

проблемами. Забезпечуючи безпечне та неупереджене середовище, учасники можуть ділитися досвідом, обмінюватися порадами та шукати емоційної підтримки. Цей аспект взаємного навчання може мати значний позитивний вплив на їхнє емоційне благополуччя та почуття приналежності, зменшуючи відчуття ізоляції, яке часто пов'язане з діагнозом діабету.

Для ПрАТ «Індар» Школа діабету є ідеальною можливістю продемонструвати якість своїх препаратів інсуліну та супутніх товарів. Надаючи учасникам спеціалізовані інсулінові ручки, глюкометри або інші супутні товари, виробник може продемонструвати ефективність, простоту використання та надійність своєї продукції. Учасники, які отримують ці продукти, можуть бути більш схильні продовжувати користуватися ними в довгостроковій перспективі, таким чином збільшуючи утримання клієнтів підприємства та збільшуючи його частку на ринку. Створюючи базу лояльних клієнтів за допомогою освітніх ініціатив, ПрАТ «Індар» може зарекомендувати себе як надійного партнера в управлінні діабетом.

Співпраця між ПрАТ «Індар» та спеціалізованими діабетичними організаціями також буде зміцнювати довіру до Школи діабету та підвищувати її ефективність. Працюючи разом, ці організації об'єднують свої знання, ресурси та мережі для створення комплексної освітньої програми.

Реалізація заходу «Школа діабету» позитивно вплине на асортимент та якість продукції ПрАТ «Індар» оскільки буде сприяти збільшенню обсягів реалізації товарів тих асортиментних груп, що відносяться до «знаків питання» і це призведе до їх переходу у «зірки».

Безпосередня взаємодія з людьми, які живуть з діабетом, через «Школу діабету» може надати цінну інформацію про їхні потреби, проблеми та вподобання. Ця інформація може стати основою для досліджень і розробок ПрАТ «Індар», допомагаючи йому визначити сфери для вдосконалення або інновацій в асортименті своєї продукції. Такий прямий зворотний зв'язок може призвести до розробки нових і вдосконалених препаратів інсуліну, систем доставки або супутніх продуктів, пристосованих для задоволення конкретних

потреб цільової аудиторії. Таким чином, через взаємодію з учасниками ПрАТ «Індар» може збирати інформацію про будь-які проблеми, занепокоєння або пропозиції, пов'язані з якістю або ефективністю продукції. А також дозволить навести докази та переконати у високій якості своєї продукції.

Беручи активну участь в освітніх ініціативах, таких як «Школа діабету», ПрАТ «Індар» може диференціювати себе від конкурентів. Зосередженість на навчанні пацієнтів, підтримці та наданні спеціалізованих продуктів під час занять може позиціонувати виробника як лідера на ринку діабетичних лікарських засобів, підкреслюючи його небайдужість до пацієнтів. Така диференціація може створити конкурентну перевагу, дозволяючи благополуччя виділитися на ринку і залучити більшу клієнтську базу.

Таким чином, проведення «Школи діабету» надає ПрАТ «Індар» низку переваг, включаючи покращення репутації бренду, підвищення лояльності споживачів та можливості для розширення ринку. Крім того, збільшення обсягів реалізації певних асортиментних груп, взаємодія з учасниками та прямий зворотній зв'язок, отриманий під час сесій, сприятиме постійному вдосконаленню асортименту та якості продукції, що в кінцевому підсумку призведе до покращення пропозицій, які задовольнятимуть специфічні потреби людей з діабетом.

Розрахуємо витрати на організацію Школи діабету на перший рік впровадження. На перший рік діяльності Школа діабету буде відкрита в дванадцять містах України: Київ, Одеса, Дніпро, Львів, Вінниця, Хмельницький, Чернівці, Рівне, Івано-Франківськ, Тернопіль, Луцьк, Ужгород.

Школа діабету буде організована раз на місяць в одному з перерахованих міст. Тривалість Школи один день з 10-00 до 16-00, з перервою на дві «кава-брейк» і обід. В цілому за рік буде проведено дванадцять таких Шкіл діабету і в подальшому ця кількість буде збільшуватись.

За статистикою [36] захворюваність на діабет щорічно збільшується у всіх країнах на 5-7%, тобто в Україні кількість хворих на цукровий діабет щорічно збільшується в межах 70000-98000 осіб на рік.

Організовуючи Школу діабету, ПрАТ «Індар» понесе різні види витрат, які можна згрупувати за категоріями: місце проведення та обладнання, витрати на персонал та експертів, навчальні ресурси та матеріали, рекламні та маркетингові заходи, безкоштовні зразки продукції, прохолодні напої та кейтеринг. Загальна сума витрат представлена у табл.3.1.

Таблиця 3.1

### Витрати на проведення Школи діабету

Вид витрат	Річні витрати, грн.
Витрати на оренду відповідного приміщення для проведення занять Школи діабету	240000
Витрати, пов'язані з підготовкою та облаштуванням місця проведення занять, включаючи сидіння, аудіовізуальне обладнання та вивіски	60000
Витрати на отримання необхідних дозволів, ліцензій та страхування для проведення заходу	60000
Заробітна плата та відрахування та соціальні заходи персоналу, залученого до організації та управління Школою діабету, (координаторам заходів, викладачам, медичним працівникам та допоміжному персоналу)	1200000
Гонорари за залучення зовнішніх експертів або спікерів для проведення спеціалізованих освітніх сесій або майстер-класів	240000
Витрати на розробку та виробництво навчальних матеріалів, включаючи друковані роздаткові матеріали, брошури, презентації та цифрові ресурси	21600
Витрати на просування Школи діабету, включаючи рекламу, кампанії в соціальних мережах, системи онлайн-реєстрації	24000
Витрати на дизайн та друк рекламних матеріалів, таких як плакати, фласери, банери.	10800
Витрати на створення та розповсюдження прес-релізів або медіа-кітів для привернення уваги місцевих ЗМІ	7200
Витрати на забезпечення учасників спеціалізованими інсуліновими шприц-ручками, глюкометрами чи іншими супутніми товарами в рамках навчального процесу	1260000
Витрати на прохолодні напої, закуски або харчування під час сесій Школи діабету	432000
Інші витрати	3555600

Джерело: сформовано автором

Таким чином, річні витрати на організацію «Школи діабету» для ПрАТ «Індар» будуть становити 3555,6 тис.грн., що не буде становити великої

проблеми, оскільки ці витрати становлять лише 0,65% суми повних витрат звітнього періоду.

Після реалізації такого заходу як «Школа діабету» ПрАТ «Індар» очікує зростання обсягів реалізації внаслідок більшої поінформованості про свої продукти, покращення сприйманої якості продукції споживачами та підвищення їх лояльності.

Для прогнозування приросту чистого доходу від реалізації продукції внаслідок акції проведено опитування провідних спеціалістів відділу маркетингу та скористаємось методом експертних оцінок (табл. 3.2.).

Таблиця 3.2

### Результати опитування експертів

Експерти	1	2	3	4	5	6	7
Приріст чистого доходу (виручки) від реалізації, тис. грн.	23386	18024	21892	20034	15649	25613	16484

Джерело: сформовано автором

Величини даного прогнозу необхідно перевірити на надійність і типовість.

Визначаємо середнє квадратичне відхилення, що характеризує розсіювання думок окремих експертів відносно середнього значення.

$$\alpha = \sqrt{\frac{\sum(O_i - O_{\text{сер}})^2}{n}} \quad (3.1)$$

Проміжні розрахунки представлені у табл.3.3.

$$\alpha = \sqrt{\frac{\sum(O_i - O_{\text{сер}})^2}{n}} = \sqrt{\frac{81582373,00}{7}} = 3413,89 \text{ тис.грн.}$$

Визначимо коефіцієнт варіації, який характеризує однорідність сукупності думок експертів:

$$\omega = \frac{\alpha}{Q_{\text{сер}}} = \frac{3413,89}{20155} \cdot 100\% = 16,94\%$$

Розрахункове значення коефіцієнта варіації  $\omega < 33\%$ , тому сукупність думок експертів можна вважати однорідною, що вказує на можливість використання експертних оцінок для виконання подальших розрахунків.

Таблиця 3.3

**Проміжні розрахунки для визначення середньоквадратичного відхилення**

	Експерти	1	2	3	4	5	6	7	Разом
1.	Приріст чистого доходу (виручки) від реалізації $O_i$ , тис грн	23386	18024	21892	20034	15649	25613	16484	-
2.	$O_{сер}$	20155							-
3.	$\Delta O = (O_i - O_{сер})$	3231	-2131	1737	-121	-4506	5458	-3671	3231
4.	$\Delta O^2$	10439361	4541161	3017169	14641	20304036	29789764	13476241	81582373,00

Джерело: сформовано автором

Визначаємо за методом медіан найбільш вірогідний обсяг продажу (В) і приймаємо його на рівні 20034 тис. грн. як середнє значення ряду:

15649	16484	18024	20034	21892	23386	25613
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

де песимістичне (найменше) значення (П) – 15649, оптимістичне (найбільше) значення (О) – 25613.

Розраховуємо прогностні значення зростання обсягів реалізації продукції внаслідок проведення заходу:

$$OP = (O + 4 * B + P) / 6 = (25613 + 4 * 20034 + 15649) / 6 = 20233 \text{ тис. грн.}$$

Розраховуємо приріст чистого доходу (виручки) від реалізації продукції:  
 $20233 / 689417 * 100\% = 2,93\%$ ,

де 689417 тис. грн. – значення чистого доходу (виручки) від реалізації продукції за 2022 рік.

Чистий дохід від реалізації продукції в проектному році складе:

$$689417 + 20233 = 709650 \text{ тис. грн.}$$

Знайдемо величину повних витрат в проектному році. До впровадження заходу повні витрати на виробництво і реалізацію склали 590503 тис. грн., у т.ч. змінні витрати – 421692 тис. грн., постійні витрати – 168811 тис. грн.

Обчислимо приріст змінних витрат внаслідок реалізації заходу:

$$421692 * 0,0293 = 12355,58 \text{ тис. грн.}$$

Організація Школи діабету потребує витрат у розмірі 3855,6 тис. грн., тому приріст повних витрат складе:

$$\text{Приріст повних витрат} = 12355,58 + 3855,6 = 16211,18 \text{ тис. грн.}$$

Розрахуємо приріст прибутку від реалізації продукції в проектному році:

$$\Delta \text{Пр} = 20233 - 16211,18 = 4021,82 \text{ тис. грн.}$$

Приріст чистого додаткового прибутку від реалізації продукції буде становити:

$$4021,82 * (1 - 0,18) = 3297,89 \text{ тис. грн.}$$

Наведемо очікувані результати від проведення Школи діабету (табл. 3.4).

*Таблиця 3.4*

**Очікувані результати від проведення заходу**

Показники	Значення показника, тис.грн.
Приріст чистого доходу (виручки) від реалізації продукції	20233,00
Приріст повних витрат на виробництво та реалізацію продукції	16211,18
Приріст прибутку від реалізації продукції	4021,82
Приріст чистого прибутку	3297,89

Джерело: сформовано автором

Відповідно до даних, що представлені у таблиці, внаслідок організації і проведення Школи діабету чистий дохід від реалізації продукції в проектному

періоді збільшиться на 20233 тис. грн. При цьому повні витрати на виробництво і реалізацію продукції зростуть на 16211,18 тис. грн. Прибуток від реалізації продукції зросте на 4021,82 тис. грн., а чистий прибуток - на 3297,89 тис. грн.

### **3.3. Вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності підприємства**

Реалізація запропонованого заходу дозволить оптимізувати асортименту продукції та підвищити сприйняття якості продукції споживачами.

Організація і проведення «Школи діабету» дозволить отримати ПрАТ «Індар» декілька переваг, зокрема покращення репутації бренду, підвищення лояльності споживачів та можливості для розширення ринку. Крім того, взаємодія з учасниками та прямі відгуки, отримані під час сесій, можуть сприяти постійному вдосконаленню асортименту та якості продукції, що в кінцевому підсумку призведе до кращих пропозицій, які задовольняють конкретні потреби людей з діабетом.

Таким чином, врахувавши отримані розрахунки щодо збільшення чистого доходу від реалізації продукції, повних витрат на виробництво і реалізацію продукції, визначимо вплив запропонованого заходу на основні показники роботи підприємства (табл. 3.5).

Організація і проведення «Школи діабету» ПрАТ «Індар» позитивно вплине на основні показники діяльності підприємства.

Відбудеться зростання чистого доходу від реалізації продукції на 20233 тис. грн. або 2,93% і в проектному році чистий дохід від реалізації продукції буде становити 709650 тис. грн. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції зростуть на 16211,18 тис. грн. або 2,75% і в проектному році будуть становити 606714,18 тис. грн. Прибуток від реалізації продукції зросте на 4021,82 тис. грн. або 4,07%, а чистий прибуток - на 3297,89 тис. грн. або 10,36%.

**Вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності  
ПрАТ «Індар»**

Показник	Од.вим.	2022	Проектний рік	Абсолютне відхилення	Відносне відхилення
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	тис.грн.	689417	709650	20233,00	2,93
Повні витрати на виробництво і реалізацію продукцію	тис.грн.	590503	606714,18	16211,18	2,75
Прибуток (збиток) від реалізації продукції	тис.грн.	98914,00	102935,82	4021,82	4,07
Чистий прибуток	тис.грн.	31827,00	35124,89	3297,89	10,36
Витрати на 1 грн. чистого доходу	коп.	85,65	85,49	-0,16	-0,19
Рентабельність продукції	%	14,35	14,51	0,16	x
Рентабельність діяльності	%	16,75	16,97	0,22	x

Джерело: сформовано автором

Ефективність запропонованого заходу підтверджується зменшенням витрат на 1 грн. на 0,16 коп або 0,19% та зростання рентабельності продукції на 0,16 в.п. і рентабельності продаж на 0,22 в.п.

Таким чином, організація і проведення «Школи діабету» сприятиме оптимізації асортименту, покращенню якості продукції та основних показників діяльності ПрАТ «Індар»

## ВИСНОВКИ

Нестабільне зовнішнє середовище та зростаюча конкуренція змушують підприємства шукати шляхи для свого подальшого розвитку, при цьому підприємства повинні акцентувати свою увагу на задоволенні потреб клієнтів, забезпечуючи при цьому економічну ефективність. Успіх у досягненні цієї мети в значній мірі залежить від якості та асортименту продукції, який вони пропонують.

При формуванні асортименту важливо враховувати вимоги щодо якості продукції. Оптимальний асортимент передбачає наявність продуктів, які відповідають вимогам споживачів щодо якості, надійності та інших характеристик. Підприємство повинно мати встановлені процедури і стандарти, які дозволяють забезпечити високу якість продукції, це може включати проведення випробувань, вимоги до постачальників, процедури перевірки якості на різних етапах виробництва та інші заходи.

Існує досить багато методик, які можуть використовуватись для аналізу асортименту продукції підприємства та за допомогою яких можна розробити ряд заходів щодо оптимізації асортиментного портфелю. Найпоширенішими з них є ABC та XYZ аналізи, їх комбінування, побудова БКГ матриці, матриці General Electric, метод «Дібба-Сімкіна», метод «Маркой» та інші.

Кваліметричний підхід є цінною основою для оцінювання якості продукції, особливо в контексті фармацевтичної продукції. Він визначає, що якість продукції охоплює багато вимірів і може бути оцінена на основі різних наборів характеристик. У випадку фармацевтичної продукції кваліметричний підхід поділяє основні характеристики на три основні групи: медичні, фармацевтичні та споживчі. Споживчі характеристики пов'язані зі зручністю використання, безпекою та загальним споживчим досвідом фармацевтичного продукту.

Робота виконана на матеріалах Приватного акціонерного товариства по виробництву інсулінів «Індар»ю ПрАТ «Індар» - підприємство з повним

технологічним циклом виробництва генно-інженерних інсулінів – від субстанції до готових лікарських форм. На сьогодні ПрАТ «Індар» забезпечує понад 40% потреб пацієнтів у препаратах інсуліну в Україні, виробляє весь спектр препаратів рекомбінантного інсуліну людини за власною унікальною запатентованою технологією. Близько 110 тис. пацієнтів в Україні забезпечуються препаратами інсуліну національного виробника ПрАТ «Індар».

Протягом досліджуваного періоду чистий дохід підприємства зменшився на 63767 тис.грн. або 8,47%, що пов'язано із повномасштабним вторгненням РФ на територію України. Відповідно до скорочення обсягів виробництва і реалізації продукції відбулось зменшення собівартості реалізованої продукції на 83851 тис.грн. (15,77%). Також відбулось значне зменшення витрат на збут на 33738 тис.грн. або майже на 30%, що також пов'язано із значним скороченням рекламної діяльності із березня 2022 року. В результаті цих змін можна відмітити позитивні тенденції збільшення прибутку від реалізації продукції на 60405 тис.грн. (156,86%) та чистого прибутку, що зріс майже у 42 рази.

Потужності підприємства дозволяють виробляти 13-15 млн. флаконів інсуліну на рік. Продукція підприємства експортується в Молдову, Казахстан, держави СНД, Бразилію та інші країни. У планах компанії - розширення продуктової лінійки за рахунок нових лікарських засобів для людей, які живуть із цукровим діабетом, СНІДом та туберкульозом.

Асортимент продукції ПрАТ «Індар» складається з 8 асортиментних груп і є достатньо широким, але не глибоким, оскільки завод спеціалізується на виробництві саме інсуліну короткої тривалості, середньої тривалості і повністю задовольняє потреби споживачів в цьому лікарському препараті. Насиченість асортименту складає 13 позицій, які є головними для хворих на цукровий діабет.

У структурі асортименту найбільшу частку складають препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах, при чому, незважаючи, що обсяг

реалізації по цій асортиментній групі зменшився, структурна частка зростає з 93,17% до 94,81. Структура асортименту по інших групах суттєво не змінилась.

Побудувавши адаптовану матрицю БКГ можна побачити, що жодна асортиментна група не увійшла до складу групи «Собака», відповідно всі асортиментні групи знайшли свого споживача і приносять прибуток підприємству. В той же час всі асортиментні групи, окрім препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах відносяться до сегменту «Важкі діти». В групу «Зірки» потрапили препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах, тобто ті асортиментні позиції підприємства, які є ринковими лідерами. Вони приносять підприємству певний прибуток, але потребують ще більших капіталовкладень. Підприємству слід докласти зусиль для збалансування асортименту.

Оцінюючи сприйняття якості інсуліну конкретної досліджуваної компанії та її конкурентів, важливо зібрати відгуки споживачів інсуліну, щоб зрозуміти їхнє сприйняття якості лікарського засобу. Загалом проведене опитування дозволило оцінити наступні виміри якості як Ефективність, Безпека, Надійність, Зручність, Співвідношення ціни та якості, Загальна задоволеність. Найвищий бал респонденти поставили за співвідношення ціни та якості продукції, оскільки інсулін Хумодар вітчизняного виробництва майже не поступається якості іноземних інсулінів, а ціна при цьому значно менша. Найгірший бал респонденти поставили за «Зручність», що вимагає від підприємства докладно оцінити зручність використання інсуліну та внести корективи щодо підвищення простоти його застосування; розглянути інновації або вдосконалення упаковки, щоб зробити інсулін більш зручним для споживачів.

ПрАТ «Індар» доцільно розглянути можливість розширення асортименту продукції, включивши в нього ширший спектр продуктів, які задовольняють різні потреби пацієнтів з діабетом. Для забезпечення найвищого рівня якості продукції важливим є необхідність інвестування в

дослідження і розробки. Співпраця з медичними працівниками, зокрема лікарями, медсестрами та медичними фахівцями з питань діабету, є ще однією ключовою рекомендацією. Їхній цінний внесок та відгуки можуть спрямовувати розробку продукту та забезпечувати відповідність клінічним потребам і найкращим практикам.

Важливим напрямом удосконалення асортименту і якості продукції є організація збору відгуків та думок споживачів. Створення надійної системи зворотного зв'язку з клієнтами дозволить ПрАТ «Індар» визначати сфери для вдосконалення, вирішувати проблеми та постійно вдосконалювати свою продукцію.

Підприємство може надавати освітні ресурси та допоміжні матеріали, щоб допомогти пацієнтам ефективно використовувати продукцію та контролювати хворобу.

Освітній проект «Школа діабету» надає унікальну можливість ПрАТ «Індар» співпрацювати зі спеціалізованими діабетичними організаціями та створити платформу, спрямовану на навчання та підтримку людей, у яких нещодавно був діагностований діабет.

Організуючи щомісячні сесії, Школа діабету може відігравати ключову роль у розширенні можливостей пацієнтів ефективно контролювати свій стан, сприяючи формуванню позитивного та усвідомленого підходу до лікування діабету.

Для ПрАТ «Індар» Школа діабету є ідеальною можливістю продемонструвати якість своїх препаратів інсуліну та супутніх товарів. Надаючи учасникам спеціалізовані інсулінові ручки, глюкометри або інші супутні товари, виробник може продемонструвати ефективність, простоту використання та надійність своєї продукції. Учасники, які отримують ці продукти, можуть бути більш схильні продовжувати користуватися ними в довгостроковій перспективі, таким чином збільшуючи відсоток утримання клієнтів підприємства та збільшуючи його частку на ринку. Створюючи базу

лояльних клієнтів за допомогою освітніх ініціатив, ПрАТ «Індар» може зарекомендувати себе як надійного партнера в управлінні діабетом.

Реалізація заходу «Школа діабету» позитивно вплине на асортимент та якість продукції ПрАТ «Індар» оскільки буде сприяти збільшенню обсягів реалізації товарів тих асортиментних груп, що відносяться до «знаків питання» і це призведе до їх переходу у «зірки».

Організація і проведення «Школи діабету» ПрАТ «Індар» позитивно вплине на основні показники діяльності підприємства. Відбудеться зростання чистого доходу від реалізації продукції на 20233 тис. грн. Повні витрати на виробництво і реалізацію продукції зростуть на 16211,18 тис.грн., а прибуток від реалізації продукції зросте на 4021,82 тис.грн. Таким чином. організація "Школи діабету" є ефективним та доцільним заходом для реалізації на ПрАТ «Індар»

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 14 листопада – всесвітній день боротьби з цукровим діабетом URL: <https://new.meduniv.lviv.ua/14-lystopada-vsesvitnij-den-borotby-z-tsukrovym-diabetom/> (дата звернення: 15.05.2023).
2. Kotler P., Armstrong G. M. Principles of marketing. Pearson Education India, 2010.
3. Kotvitska, A. A.; Kostiuk, V. G. Дослідження сучасних підходів до формування асортиментної політики вітчизняних фармацевтичних підприємств. *Social Pharmacy in Health Care*, 2016, 2.2: С.37-43.
4. Semenenko K, Kapinus L., Voiko I., Kucherenko V, Skryhun N. Effective frequency of displaying the communication message to consumers of beer brand in digital media. *Ukrainian Food Journal*. 2022. Volume 11. Issue 4. Pp. 629-647. URL: <http://surl.li/ghmiq> (дата звернення: 25.04.2023).
5. Vlasenko, I. O.; Davtian, L. L. Фармацевтичне забезпечення препаратами інсуліну в Україні за 2016–2021 рр. *Фармацевтичний часопис*, 2021, 2: 55-64.
6. YouControl. ПрАТ «Індар». URL: [https://youcontrol.com.ua/catalog/company\\_details/21680915/](https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/21680915/) (дата звернення: 15.05.2023).
7. Абрамович І. А. Товарний асортимент підприємства: сутність та умови формування. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*, 2017, 12 (1): 6-9.
8. Бараш А. Ю., Нараєвський С. В. Особливості оцінювання конкурентоспроможності фармацевтичних підприємств. *Актуальні проблеми економіки та управління*, 2019, №13.
9. Біленький О. Ю. Вдосконалення системи управління асортиментом продукції: напрями та результативність. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2013. Т. 18. Вип. 1/1. С. 31-37

10. Бозуленко О.Я. Формування асортименту товарів як стратегічний елемент комерційної діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 4. С. 290–295.
11. Бугас В. В. Аналіз системи управління якістю продукції фармацевтичного ринку України та оцінка його ефективності. Ефективність діяльності підприємств в умовах глобалізаційних процесів : монографія / за ред. О. В. Ольшанської, А. О. Мельник, Т. М. Янковець. К.: КНУТД, 2016. С. 351-384.
12. Булава М. Методичні підходи до оцінювання ефективності асортиментної політики сучасного підприємства. *Молодий вчений*, 2020, 10 (86): 209-214.
13. Гармідер Л. Д. Дослідження формування товарного асортименту підприємства. *Академічний огляд*. 2016. № 1. С. 111–118.
14. Гарькава В. Ф., Прозорова Г. О., Ігнатова Т. В., Редькіна Є. А., Лук'янчук В. Д., Звягінцева О. Б. Менеджмент та маркетинг у фармації: Монографія. Warsaw: RS Global Sp. Z O.O., 2021. 72 с.
15. Глущенко Ю. Є., Шумкова О. В. Особливості маркетингового управління асортиментом. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Сер. Міжнародні економічні відносини та світове господарство». Ужгород : Ужгородський національний університет, 2019. Вип. 24. Ч.1. С. 96-100
16. Гордєєва Т. А. Оптимізація асортименту промислового підприємства з позиції маржинального підходу. *Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту*. Випуск 1 (14), 2013, С.113-120
17. Громовик, Б. П. та ін. Медичне і фармацевтичне товарознавство: Товари аптечного асортименту: навч. посіб.[для вищ. навч. закл.]. Нова Книга, 2011.
18. Діденко Є.О. Савельєв Д. С. Управління асортиментною політикою підприємства. *Ефективна економіка*. 2015. № 3. URL: [www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3910](http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3910) (дата звернення: 15.05.2023).

19. Загуменна О. В. Роль стандартизації у підвищенні якості продукції. Актуальні проблеми сучасної науки в дослідженнях молодих учених: збірка наукових праць. Харків.: Вид-во Харківського нац. ун-ту внутр. справ, 2006. 244 с.

20. Закон України «Про лікарські засоби» від 04.04.1996 р. № 123/96ВР (із змінами) UPD: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/123/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.05.2023).

21. Звітність ПрАТ «Індар» URL: [https://clarity-project.info/edr/21680915/finances?current\\_year=2022](https://clarity-project.info/edr/21680915/finances?current_year=2022) (дата звернення: 15.05.2023)

22. Ілляшенко С.М. Пересадько Г.О. Маркетингова товарна політика промислового підприємства: управління стратегіями диверсифікації: монографія; за заг. ред. С.М. Ілляшенко. Суми : Університетська книга, 2009. 328 с.

23. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика. К.: КНЕУ. 2012. 240с.

24. Кислицин В. О. Розвиток систем управління якістю на підприємстві: монографія. Донецьк: НАН України; Ін-т економіки промисловості, 2009. 188 с.

25. Колесніков В. П. Формування та оптимізація товарного асортименту підприємства для внутрішнього і зовнішнього ринку. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Економіка. 2013. Вип. 23. С. 48-50

26. Красовська Т. В. Методичні засади формування механізму товарного асортименту на виробничих підприємствах. *Економіка та держава*. 2016. № 2. С. 67-71.

27. Кузнецов П. В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємства в умовах інформаційної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2015. Вип. 49. С. 198-204.

28. Кузьома В. В., Павлюк С. І. Якість продукції як вирішальний фактор забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. №12. С. 252–258.
29. Кучеренко В.Д., Ткаченко Н.Б. Маркетингова товарна політика : Підр. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 185 с.
30. Кушер В. О. Аналіз та оцінка ринкових можливостей фармацевтичних підприємств. *Міжнародний науковий журнал Науковий огляд*, 2015, 5 (15).
31. Лікування цукрового діабету: відмінності аналогових і людських інсулінів URL: <https://life.pravda.com.ua/health/2021/10/6/246109/> (дата звернення: 15.05.2023).
32. Малюк С. О. Маркетинговий підхід до трактування сутності товару й товарного асортименту підприємства. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*, Вип. 4., 2014. С.55-60
33. Мартиненко В.П., Щербак, М.П. Методичні підходи до оцінки управління товарною політикою підприємства. *Сучасні проблеми економіки і підприємництва*, 2019, 23: С.149-155.
34. На цукровий діабет хворіє кожен тридцятий українець <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3349150-na-cukrovij-diabet-hvorie-kozen-tridcatij-ukrainec-likar.html> (дата звернення: 15.05.2023).
35. Овсак О. П. Назаренко О. П., Зелінський В. В. Особливості формування асортиментної політики виробничого підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 34. С. 149-153.
36. Поширеність діабету невпинно зростає URL: <https://20pol.city.kharkov.ua/poшыrenist-diabetu-nevpynno-zrosta> (дата звернення: 15.05.2023).
37. Притиченко Т. І., Лях І. С. Практичні аспекти розробки структури товарного портфеля підприємства. *Бізнес Інформ*. 2015. № 10. С. 256-265
38. Сайт ПрАТ «Індар» URL: <https://indar.com.ua/ua> (дата звернення: 15.05.2023)

39. Скопенко Н.С., Євсєєва-Северина І.В. Теоретико-методичні підходи до формування та оптимізації товарного асортименту підприємства. *Сучасний стан, проблемні аспекти та перспективи розвитку обліково-контрольного та аналітичного забезпечення управління підприємством : колективна монографія*. Київ : НУХТ, 2019. С. 235-247.
40. Управління якістю: підручник. Київ: КНТЕУ, 2010. 216 с.
41. Чубукова О.Ю., Троян А.В. Оптимізація та моделювання асортиментної політики підприємства. *Вісник КНУТД*. 2016. № 3(99).
42. Шабельник Т. В. Моделі та методи управління асортиментом і просуванням фармацевтичних товарів. *Бізнес Інформ*. 2014. №5. С. 402–406.
43. Шаповал О. Ф., Скригун Н.П., Коннова Л.О. Моделювання оптимального асортименту продукції підприємства. Формування ринкових відносин в Україні : збірник наукових праць. Київ, 2016. Вип. 2 (177). С. 75-78. URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/handle/123456789/22867> (дата звернення: 17.04.2023)
44. Шовкун Л.В., Салогуб В. О., Гарькун, А. О. Сутність товарного асортименту та основні принципи його формування. *Вісник ХНАУ ім. В.В. Докучаєва. Серія „Економічні науки”*. № 3. 2017, С.166-173.
45. Шумкова О. В. Окремі аспекти управління товарним асортиментом підприємства. *Вісник СНАУ*. 2010. № 5/1. С. 64-69.

## Фінансова звітність підприємства за 2022 рр.

## J0900108 Баланс (Звіт про фінансовий стан)

## Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок	На кінець
		звітного періоду, тис. грн	звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	395.00	356.00
первісна вартість	1001	1 781.00	2 003.00
накопичена амортизація	1002	1 386.00	1 647.00
Незавершені капітальні інвестиції	1005	9 556.00	10 240.00
Основні засоби	1010	103 560.00	116 845.00
первісна вартість	1011	243 613.00	284 314.00
знос	1012	140 053.00	167 469.00
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	294.00	
Усього за розділом I	1095	113 805.00	127 441.00
II. Оборотні активи Запаси	1100	128 577.00	236 842.00
Виробничі запаси	1101	68 415.00	57 853.00
Незавершене виробництво	1102	5 348.00	6 529.00
Готова продукція	1103	51 387.00	166 954.00
Товари	1104	3 427.00	5 506.00
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	137 059.00	92 917.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	53 970.00	9 563.00
з бюджетом	1135	25 312.00	46 531.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	1 165.00	
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	11 414.00	10 579.00
Г роші та їх еквіваленти	1165	5 013.00	23 213.00
Рахунки в банках	1167	5 013.00	23 213.00
Витрати майбутніх періодів	1170	2 377.00	954.00
Інші оборотні активи	1190	310.00	
Усього за розділом II	1195	363 722.00	420 909.00
Баланс	1300	477 527.00	548 350.00
Пасив			

Назва рядка	Код рядка	На початок	На кінець
		звітного періоду, тис. грн	звітного періоду, тис. грн
I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	80 886.00	80 886.00
Капітал у дооцінках	1405	3 082.00	2 811.00
Додатковий капітал	1410	30 641.00	30 618.00
Резервний капітал	1415	16 672.00	16 189.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-150 441.00	-118 748.00
Усього за розділом I	1495	-19 160.00	11 756.00
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	1500	677.00	617.00
Відстрочені податкові зобов'язання			

Назва рядка	Код рядка	На початок	На кінець
		звітнього періоду, тис. грн	звітнього періоду, тис. грн
Усього за розділом II	1595	677.00	617.00
товари, роботи, послуги	1615	476 166.00	460 340.00
розрахунками з бюджетом	1620	124.00	5 716.00
у тому числі з податку на прибуток	1621	3 823.00	
розрахунками зі страхування	1625	1 911.00	
розрахунками з оплати праці	1630	119.00	7 635.00
за одержаними авансами	1635	7 942.00	16 235.00
Поточні забезпечення	1660	10 991.00	39 029.00
Інші поточні зобов'язання	1690	668.00	5 111.00
Усього за розділом III	1695	496 010.00	535 977.00
Баланс	1900	477 527.00	548 350.00

*J0900207 Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)*

Фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний	За
		період, тис. грн	аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	689 417.00	753 184.00
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	447 911.00	531 762.00
Валовий: прибуток	2090	241 506.00	221 422.00
Інші операційні доходи	2120	45 955.00	42 710.00
Адміністративні витрати	2130	62 925.00	69 508.00
Витрати на збут	2150	79 667.00	113 405.00
Інші операційні витрати	2180	103 837.00	79 752.00
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	41 032.00	1 467.00
Інші витрати	2270	10.00	16.00
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	41 022.00	1 451.00
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-9 195.00	-707.00
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	31 827.00	744.00
Сукупний дохід			

Назва рядка	Код рядка	За звітний	За
		період, тис. грн	аналогічний період попереднього року, тис. грн
Інший сукупний дохід	2445	331.00	332.00
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	331.00	332.00

<b>Назва рядка</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період, тис. грн</b>	<b>За аналогічний період попереднього року, тис. грн</b>
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	331.00	332.00
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	32 158.00	1 076.00

Елементи операційних витрат

<b>Назва рядка</b>	<b>Код рядка</b>	<b>За звітний період, тис. грн</b>	<b>За аналогічний період попереднього року, тис. грн</b>
Матеріальні затрати	2500	424 786.00	421 422.00
Витрати на оплату праці	2505	106 996.00	115 427.00
Відрахування на соціальні заходи	2510	20 642.00	22 970.00
Амортизація	2515	27 725.00	25 481.00
Інші операційні витрати	2520	201 461.00	212 032.00
Разом	2550	781 610.00	797 332.00
Розрахунок показників прибутковості акцій			

Додаток Б  
Оптово-відпускні ціни на препарати групи інсулінів у флаконах та картриджах

МНН	Торговельна назва лікарського засобу	Форма випуску	Дозування	К-ть МО інсуліну у перв.упак.(флакони/картриджі/шприц-ручки)	№ реєстраційн. посвідчення	Дата закінчення реєстрації	Оптово-відпускна ціна за первинну упаковку
Insulin (human)	ХУМОДАР® Б100Р	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 1 флакону у пачці з картону	100 МО/мл	500	UA/1155/01/01	необмежений	130,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® Б100Р	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 5 флаконів у пачці з картону	100 МО/мл	500	UA/1155/01/01	необмежений	130,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® Б100Р	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	100 МО/мл	1000	UA/1155/01/01	необмежений	260,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® Б100Р	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у пачці з картону	100 МО/мл	300	UA/1155/01/01	необмежений	99,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® К25 100Р	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 1 флакону у пачці з картону	100 МО/мл	500	UA/1533/01/01	необмежений	130,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® К25 100Р	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 5 флаконів у пачці з картону	100 МО/мл	500	UA/1533/01/01	необмежений	130,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® К25 100Р	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	100 МО/мл	1000	UA/1533/01/01	необмежений	260,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® К25 100Р	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у пачці з картону	100 МО/мл	300	UA/1533/01/01	необмежений	99,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® Р 100Р	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 1 флакону у пачці з картону	100 МО/мл	500	UA/1232/01/01	необмежений	130,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® Р 100Р	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 5 флаконів у пачці з картону	100 МО/мл	500	UA/1232/01/01	необмежений	130,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® Р 100Р	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	100 МО/мл	1000	UA/1232/01/01	необмежений	260,00
Insulin (human)	ХУМОДАР® Р 100Р	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у пачці з картону	100 МО/мл	300	UA/1232/01/01	необмежений	99,00

## Виробники інсуліну

МНН	Торговельна назва лікарського засобу	Форма випуску	Найменування виробника, країна
Insulin detemir	ЛЕВЕМІР® ФЛЕКСПЕН®	Розчин для ін'єкцій, 100 ОД/мл по 3 мл у картриджі, по 1 картриджу в багатодозовій одноразовій шприц-ручці; по 5 шприц-ручок у картонній коробці	/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, наповнення в Пенфіл®, первинна упаковка, контроль якості та відповідальний за випуск серій кінцевого продукту; виробник для збирання, маркування та упаковки ФлексПен®, вторинного пакування)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом)/Ново Нордіск Продеукао Фармасаутіка до Бразіль Лтда. (виробник нерозфасованої продукції, наповнення в Пенфіл®, первинна упаковка та збирання, маркування та упаковка ФлексПен®, вторинне пакування), Данія/Франція/Бразилія
Insulin degludec and liraglutide	КСАЛТОФАЙ	Розчин для ін'єкцій, 100 ОД/мл та 3,6 мг/мл, по 3 мл у картриджі, який міститься в попередньо заповненій багатодозовій одноразовій шприц-ручці, по 3 попередньо заповнених шприц-ручок в картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник відповідальний за збирання, маркування та вторинне пакування готового продукту, контроль якості готового продукту; виробник нерозфасованого продукту, наповнення, первинна упаковка, перевірка та контроль якості, відповідальний за випуск серій кінцевого продукту), Данія
Insulin degludec and liraglutide	КСАЛТОФАЙ	Розчин для ін'єкцій, 100 ОД/мл та 3,6 мг/мл, по 3 мл у картриджі, який міститься в попередньо заповненій багатодозовій одноразовій шприц-ручці, по 5 попередньо заповнених шприц-ручок в картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник відповідальний за збирання, маркування та вторинне пакування готового продукту, контроль якості готового продукту; виробник нерозфасованого продукту, наповнення, первинна упаковка, перевірка та контроль якості, відповідальний за випуск серій кінцевого продукту), Данія
Insulin (human)	АКТРАПІД® НМ	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, наповнення в флаконі, первинна упаковка, контроль якості та відповідальний за випуск серій кінцевого продукту; виробник для маркування та упаковки флаконів, вторинного пакування)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом), Данія/Франція
Insulin (human)	АКТРАПІД® НМ ПЕНФІЛ®	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, наповнення в Пенфіл®, первинна упаковка, контроль якості та відповідальний за випуск серій кінцевого продукту, виробник для маркування та упаковки Пенфіл®, вторинного пакування)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом)/Ново Нордіск Продеукао Фармасаутіка до Бразіль Лтда. (виробник нерозфасованої продукції, первинна та вторинна упаковка), Данія/Франція/Бразилія
Insulin aspart	НОВОРАПІД® ФЛЕКСПЕН®	Розчин для ін'єкцій, 100 ОД/мл по 3 мл у картриджі, по 1 картриджу у багатодозовій одноразовій шприц-ручці; по 5 шприц-ручок у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, наповнення в Пенфіл®, первинна упаковка, контроль якості та відповідальний за випуск серій кінцевого продукту, виробник для збирання, маркування та упаковки ФлексПен®, вторинного пакування)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом)/Ново Нордіск Продеукао Фармасаутіка до Бразіль Лтда. (виробник нерозфасованої продукції, первинна та вторинна упаковка), Данія/Франція/Бразилія

Insulin (human)	ПРОТАФАН® НМ	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, наповнення в флакони, первинна упаковка, контроль якості та відповідальний за випуск серій кінцевого продукту; виробник для маркування та упаковки флаконів, вторинного пакування)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом), Данія/Франція
Insulin (human)	ПРОТАФАН® НМ ПЕНФІЛ®	Суспензія для ін'єкцій 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, наповнення в Пенфіл®, первинна упаковка, контроль якості та відповідальний за випуск серій кінцевого продукту; виробник для маркування та упаковки Пенфіл®, вторинного пакування)/Ново Нордіск Продюксьон САС (Виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування та контроль балку. Контроль якості балку готового продукту та кінцевого продукту)/Ново Нордіск Продеукао Фармасаутіка до Бразіль Лтда. (виробник нерозфасованої продукції, первинна та вторинна упаковка), Данія/Франція/Бразилія
Insulin (human)	МІКСТАРД® 30 НМ	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, наповнення в флакони, первинна упаковка, контроль якості та відповідальний за випуск серій кінцевого продукту; Виробник для маркування та упаковки флаконів, вторинного пакування)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом), Данія/Франція
Insulin (human)	МІКСТАРД® 30 НМ ПЕНФІЛ®	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів в картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, наповнення в Пенфіл®, первинна упаковка, контроль якості та відповідальний за випуск серій кінцевого продукту; виробник для маркування та упаковки Пенфіл®, вторинного пакування)/Ново Нордіск Продюксьон САС (Виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування та контроль балку. Контроль якості балку готового продукту та кінцевого продукту)/Ново Нордіск Продеукао Фармасаутіка до Бразіль Лтда. (виробник нерозфасованої продукції, первинна та вторинна упаковка)
Insulin aspart	НОВОМІКС® 30 ФЛЕКСПЕН®	Суспензія для ін'єкцій, 100 ОД/мл; по 3 мл у картриджі, вкладеному в багатодозовій одноразовій шприц-ручці; по 5 шприц-ручок у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, наповнення в Пенфіл®, первинна упаковка, контроль якості та відповідальний за випуск серій кінцевого продукту; Виробники для збирання, маркування та упаковки ФлексПен®, вторинного пакування)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом)/Ново Нордіск Продеукао Фармасаутіка до Бразіль Лтда. (виробник нерозфасованої продукції, наповнення в Пенфіл®, первинна упаковка та збирання, маркування та упаковка ФлексПен®, вторинне пакування), Данія/Франція/Бразилія
Insulin (human)	АКТРАПІД® НМ ФЛЕКСПЕН®	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 3 мл у картриджі; по 1 картриджу у багатодозовій одноразовій шприц-ручці; по 5 шприц-ручок у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування; контроль якості продукту в первинному пакуванні (картриджі Пенфіл®) та відповідальний за випуск серії готового продукту (ФлексПен®); виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування; контроль якості продукту в первинному пакуванні (картриджі Пенфіл®);

			збирання, маркування та вторинне пакування готового продукту (ФлексПен®); контроль якості готового продукту (ФлексПен®); виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування (картриджі Пенфіл®); збирання, маркування та вторинне пакування готового продукту (ФлексПен®)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом)/Ново Нордіск Проудукао Фармасаеутіка до Бразіль Лтда. (виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування; контроль якості продукту в первинному пакуванні (картриджі Пенфіл®); збирання, маркування та вторинне пакування готового продукту (ФлексПен®); контроль якості готового продукту (ФлексПен®)), Данія/Франція/Бразилія
Insulin (human)	ПРОТАФАН® НМ ФЛЕКСПЕН®	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 3 мл у картриджі; по 1 картриджу у багатодозовій одноразовій шприц-ручці; по 5 шприц-ручок у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування; контроль якості продукту в первинному пакуванні (картриджі Пенфіл®) та відповідальний за випуск серії готового продукту (ФлексПен®); збирання, маркування та вторинне пакування готового продукту (ФлексПен®); контроль якості готового продукту (ФлексПен®); виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування (картриджі Пенфіл®)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом)/Ново Нордіск Проудукао Фармасаеутіка до Бразіль Лтда. (виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування; контроль якості продукту в первинному пакуванні (картриджі Пенфіл®); збирання, маркування та вторинне пакування готового продукту (ФлексПен®); контроль якості готового продукту (ФлексПен®)), Данія/Франція/Бразилія
Insulin (human)	МІКСТАРД® 30 НМ ФЛЕКСПЕН®	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 1 картриджу у багатодозовій одноразовій шприц-ручці; по 5 шприц-ручок у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування; контроль якості продукту в первинному пакуванні (картриджі Пенфіл®) та відповідальний за випуск серії готового продукту (ФлексПен®); збирання, маркування та вторинне пакування готового продукту (ФлексПен®); контроль якості готового продукту (ФлексПен®); виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування (картриджі Пенфіл®)/Ново Нордіск Продюксьон САС (виробник продукції за повним циклом)/Ново Нордіск Проудукао Фармасаеутіка до Бразіль Лтда. (виробник нерозфасованого продукту, первинне пакування; контроль якості продукту в первинному пакуванні (картриджі Пенфіл®); збирання, маркування та вторинне пакування готового продукту (ФлексПен®); контроль якості готового продукту (ФлексПен®)), Данія/Франція/Бразилія
Insulin degludec and insulin aspart	РАЙЗОДЕГ® ФЛЕКСТАЧ®	Розчин для ін'єкцій, 100 ОД/мл по 3 мл у картриджі, який міститься у багатодозовій одноразовій шприц-ручці; по 5 шприц-ручок у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробництво, наповнення в первинну упаковку та контроль балку, відповідальний за випуск; комплектування, маркування та вторинне пакування готового продукту; контроль якості балку готового продукту та кінцевого готового продукту;

			відповідальний за випуск)/Ново Нордіск Продюксьон САС (маркування та вторинне пакування готового продукту), Данія/Франція
Insulin degludec	ТРЕСІБА® ФЛЕКСТАЧ®	Розчин для ін'єкцій, 100 ОД/мл, по 3 мл у картриджі, який міститься у багатозоровій одноразовій шприц-ручці, по 5 шприц-ручок у картонній коробці	А/Т Ново Нордіск (виробництво, наповнення в первинну упаковку та контроль балку; комплектування, маркування та вторинне пакування готового продукту; контроль якості балку готового продукту та кінцевого готового продукту; відповідальний за випуск)/Ново Нордіск Продюксьон САС (маркування та вторинне пакування готового продукту), Данія/Франція
Insulin (human)	ФАРМАСУЛІН® Н	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 5 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	АТ «Фармак», Україна
Insulin (human)	ФАРМАСУЛІН® Н	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	АТ «Фармак», Україна
Insulin (human)	ФАРМАСУЛІН® Н	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 3 мл в картриджі; по 5 картриджів у блістері; по 1 блістеру в пачці з картону	АТ «Фармак», Україна
Insulin (human)	ФАРМАСУЛІН® Н NP	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 5 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	АТ «Фармак», Україна
Insulin (human)	ФАРМАСУЛІН® Н NP	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	АТ «Фармак», Україна
Insulin (human)	ФАРМАСУЛІН® Н NP	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 3 мл в картриджі; по 5 картриджів у блістері; по 1 блістеру в пачці з картону	АТ «Фармак», Україна
Insulin (human)	ФАРМАСУЛІН® Н 30/70	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 5 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	АТ «Фармак», Україна
Insulin (human)	ФАРМАСУЛІН® Н 30/70	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	АТ «Фармак», Україна
Insulin (human)	ФАРМАСУЛІН® Н 30/70	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 3 мл в картриджі; по 5 картриджів у блістері; по 1 блістеру в пачці з картону	АТ «Фармак», Україна
Insulin glargine	АЙЛАР®	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі, по 5 картриджів у блістері, по 1 блістеру в пачці	Біокон Лімітед/АТ «Фармак», Індія/Україна
Insulin (human)	ГЕНСУЛІН Н	Суспензія для ін'єкцій, 100 ОД/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в картонній пачці	БІОТОН С.А. (виробник, відповідальний за виробництво, первинне і вторинне пакування, контроль та випуск серії)/Інститут Біотехнології та Антибіотиків (виробник, відповідальний за контроль серії), Польща/Польща
Insulin (human)	ГЕНСУЛІН Н	Суспензія для ін'єкцій, 100 ОД/мл по 3 мл в картриджі; по 5 картриджів у блістері; по 1 блістеру в картонній пачці	БІОТОН С.А. (виробник, відповідальний за виробництво, первинне і вторинне пакування, контроль та випуск серії)/Інститут Біотехнології та Антибіотиків (виробник, відповідальний за контроль серії), Польща/Польща
Insulin (human)	ГЕНСУЛІН Р	Розчин для ін'єкцій, 100 ОД/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в картонній пачці	БІОТОН С.А. (виробник, відповідальний за виробництво, первинне і вторинне пакування, контроль та випуск серії)/Інститут Біотехнології та Антибіотиків (виробник, відповідальний за контроль серії), Польща/Польща
Insulin (human)	ГЕНСУЛІН Р	Розчин для ін'єкцій, 100 ОД/мл по 3 мл в картриджі; по 5 картриджів у	БІОТОН С.А. (виробник, відповідальний за виробництво, первинне і вторинне пакування,

		блістери; по 1 блістеру в картонній пачці	контроль та випуск серії)/Інститут Біотехнології та Антибіотиків (виробник, відповідальний за контроль серії), Польща/Польща
Insulin (human)	ГЕНСУЛІН М30	Суспензія для ін'єкцій, 100 ОД/мл; по 10 мл у флаконі, по 1 флакону в картонній пачці	БІОТОН С.А. (виробник, відповідальний за виробництво, первинне і вторинне пакування, контроль та випуск серії)/Інститут Біотехнології та Антибіотиків (виробник, відповідальний за контроль серії), Польща/Польща
Insulin (human)	ГЕНСУЛІН М30	Суспензія для ін'єкцій, 100 ОД/мл; по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у блістері; по 1 блістеру в картонній пачці	БІОТОН С.А. (виробник, відповідальний за виробництво, первинне і вторинне пакування, контроль та випуск серії)/Інститут Біотехнології та Антибіотиків (виробник, відповідальний за контроль серії), Польща/Польща
Insulin lispro	ХУМАЛОГ®	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 10 мл у скляному флаконі, по 1 флакону в картонній упаковці	Ліллі Франс (виробництво за повним циклом)/Елі Ліллі енд Компані (виробництво за повним циклом), Франція/США
Insulin lispro	ХУМАЛОГ®	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у скляному картриджі; по 5 картриджів у картонній пачці	Ліллі Франс (виробництво за повним циклом)/Елі Ліллі енд Компані (виробництво за повним циклом), Франція/США
Insulin lispro	ХУМАЛОГ®	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у скляному картриджі, вкладеному у шприц-ручку КвікПен; по 5 шприц-ручок у картонній пачці	Ліллі Франс (виробництво за повним циклом)/Елі Ліллі енд Компані (виробництво за повним циклом), Франція/США
Insulin (human)	ХУМУЛІН НПХ	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у скляному картриджі; по 5 картриджів у картонній пачці	Ліллі Франс, Франція
Insulin (human)	ХУМУЛІН НПХ	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у скляному картриджі; по 1 картриджу у шприц-ручці КвікПен; по 5 шприц-ручок у картонній пачці	Ліллі Франс, Франція
Insulin lispro	ХУМАЛОГ® МІКС 25	Суспензія для підшкірного введення, 100 МО/мл, по 3 мл у скляному картриджі, вкладеному у шприц-ручку КвікПен; по 5 шприц-ручок КвікПен у картонній упаковці	Ліллі Франс, Франція
Insulin lispro	ХУМАЛОГ® МІКС 25	Суспензія для підшкірного введення, 100 МО/мл, по 3 мл у скляному картриджі, по 5 картриджів у картонній упаковці	Ліллі Франс, Франція
Insulin (human)	ХУМУЛІН М3	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 3 мл у скляному картриджі; по 5 картриджів у картонній пачці	Ліллі Франс, Франція
Insulin (human)	ХУМУЛІН М3	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 3 мл у скляному картриджі; по 1 картриджу у шприц-ручці КвікПен; по 5 шприц-ручок у картонній пачці	Ліллі Франс, Франція
Insulin lispro	ХУМАЛОГ® МІКС 50	Суспензія для підшкірного введення, 100 МО/мл, по 3 мл у скляному картриджі, вкладеному у шприц-ручку КвікПен; по 5 шприц-ручок КвікПен у картонній упаковці	Ліллі Франс, Франція
Insulin lispro	ХУМАЛОГ® МІКС 50	Суспензія для підшкірного введення, 100 МО/мл, по 3 мл у скляному картриджі; по 5 картриджів у картонній упаковці	Ліллі Франс, Франція
Insulin (human)	ХУМУЛІН РЕГУЛЯР	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у скляному картриджі; по 5 картриджів у картонній пачці	Ліллі Франс, Франція
Insulin (human)	ХУМУЛІН РЕГУЛЯР	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл, по 3 мл у скляному у картриджі, по 1 картриджу у шприц-ручці КвікПен; по 5 шприц-ручок у картонній пачці	Ліллі Франс, Франція

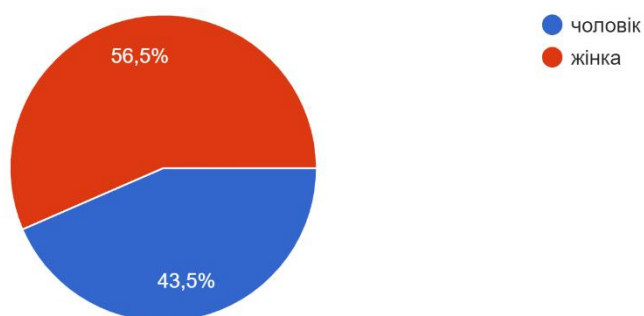
Insulin (human)	ХУМОДАР® P 100P	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 1 флакону у пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® P 100P	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 5 флаконів у пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® Б100P	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 1 флакону у пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® Б100P	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 5 флаконів у пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® Б100P	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® K25 100P	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 1 флакону у пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® K25 100P	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 5 мл у флаконі; по 5 флаконів у пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® K25 100P	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® K25 100P	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® P 100P	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 10 мл у флаконі; по 1 флакону в пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® P 100P	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар», Україна
Insulin (human)	ХУМОДАР® Б100P	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у пачці з картону	ПрАТ «По виробництву інсулінів «Індар».
Insulin (human)	ІНСУМАН РАПІД®	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл для виробника ТОВ «Фарма Лайф», Україна: № 5 (по 5 мл у флаконі; по 5 флаконів у картонній коробці)	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ (виробництво за повним циклом)/ТОВ «Фарма Лайф» (виробництво з пакування in bulk фірми-виробника «Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ», Німеччина, вторинне пакування, контроль та випуск серії)
Insulin (human)	ІНСУМАН РАПІД®	Розчин для ін'єкцій, 100 МО/мл для виробника ТОВ «Фарма Лайф», Україна: №5 (5x1) (по 3 мл у картриджі; по 5 картриджів у блістері, по 1 у блістерк в картонній коробці)	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ (виробництво за повним циклом)/ТОВ «Фарма Лайф» (виробництво з пакування in bulk фірми-виробника «Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ», Німеччина, вторинне пакування, контроль та випуск серії)
Insulin (human)	ІНСУМАН БАЗАЛ®	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл для виробника ТОВ «Фарма Лайф», Україна: № 5 (по 5 мл у флаконі; по 5 флаконів у картонній коробці)	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ (виробництво за повним циклом)/ТОВ «Фарма Лайф» (виробництво з пакування in bulk фірми-виробника «Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ», Німеччина, вторинне пакування, контроль та випуск серії), Німеччина/Україна
Insulin (human)	ІНСУМАН БАЗАЛ®	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл для виробника ТОВ «Фарма Лайф», Україна: № 5 (5x1) (по 3 мл у картриджі; додатково у картридж вміщені 3 металевих кульки; по 5 картриджів у блістері, по 1 блістеру в картонній коробці)	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ (виробництво за повним циклом)/ТОВ «Фарма Лайф» (виробництво з пакування in bulk фірми-виробника «Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ», Німеччина, вторинне пакування, контроль та випуск серії), Німеччина/Україна

Insulin (human)	ІНСУМАН КОМБ 25®	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл для виробника ТОВ «Фарма Лайф», Україна: № 5 (5x1) (по 3 мл у картриджі; додатково у картридж вміщені 3 металевих кульки; по 5 картриджів у блістері, по 1 блістеру в картонній коробці)	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ (виробництво за повним циклом)/ТОВ «Фарма Лайф» (виробництво з пакування in bulk фірми-виробника «Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ», Німеччина, вторинне пакування, контроль та випуск серії), Німеччина/Україна
Insulin (human)	ІНСУМАН КОМБ 25®	Суспензія для ін'єкцій, 100 МО/мл для виробника ТОВ «Фарма Лайф», Україна: № 5 (по 5 мл у флаконі; по 5 флаконів у картонній коробці);	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ (виробництво за повним циклом)/ТОВ «Фарма Лайф» (виробництво з пакування in bulk фірми-виробника «Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ», Німеччина, вторинне пакування, контроль та випуск серії), Німеччина/Україна
Insulin glulisine	ЕПАЙДРА®	Розчин для ін'єкцій, 100 Од./мл, № 5: по 1 картриджу по 3 мл, вмонтованому в одноразовий пристрій - шприц-ручку СолоСтар® (без голок для ін'єкцій), по 5 шприц-ручок у картонній коробці	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ, Німеччина
Insulin glargine	ЛАНТУС® СОЛОСТАР®	Розчин для ін'єкцій, 100 Од./мл № 5 по 3 мл у картриджі, вмонтованому в одноразовому шприц-ручку (без голок для ін'єкцій); по 5 шприц-ручок у картонній коробці	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ, Німеччина
Insulin glargine	ТОЖЕО СОЛОСТАР	Розчин для ін'єкцій, 300 Од./мл, № 3: по 1,5 мл у картриджі, вмонтованому в одноразову шприц-ручку; по 3 шприц-ручки в картонній коробці	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ, Німеччина
Insulin glargine	ТОЖЕО СОЛОСТАР	Розчин для ін'єкцій, 300 Од./мл, № 5: по 1,5 мл у картриджі, вмонтованому в одноразову шприц-ручку; по 5 шприц-ручок в картонній коробці	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ, Німеччина
Insulin glargine and lixisenatide	СОЛІКВА	Розчин для ін'єкцій, 100 Од./мл+33 мкг/мл, № 3: по 3 мл у картриджі, вмонтованому в одноразову шприц-ручку; по 3 шприц-ручки в картонній коробці. Голки в упаковку не включені.	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ, Німеччина
Insulin glargine and lixisenatide	СОЛІКВА	Розчин для ін'єкцій, 100 Од./мл+33 мкг/мл, № 5: по 3 мл у картриджі, вмонтованому в одноразову шприц-ручку; по 5 шприц-ручок в картонній коробці. Голки в упаковку не включені.	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ, Німеччина
Insulin glargine and lixisenatide	СОЛІКВА	Розчин для ін'єкцій, 100 Од./мл+50 мкг/мл, №3: по 3 мл у картриджі, вмонтованому в одноразову шприц-ручку; по 3 шприц-ручки в картонній коробці. Голки в упаковку не включені.	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ, Німеччина
Insulin glargine and lixisenatide	СОЛІКВА	Розчин для ін'єкцій, 100 Од./мл+50 мкг/мл, № 5: по 3 мл у картриджі, вмонтованому в одноразову шприц-ручку; по 5 шприц-ручок в картонній коробці. Голки в упаковку не включені.	Санофі-Авентіс Дойчланд ГмбХ, Німеччина

## Результати опитування респондентів щодо сприйняття якості інсуліну Хумодар від ПрАТ «Індар»

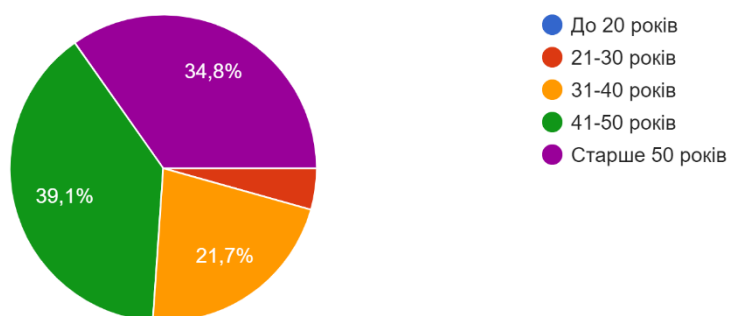
Вкажіть вашу стать

23 відповіді



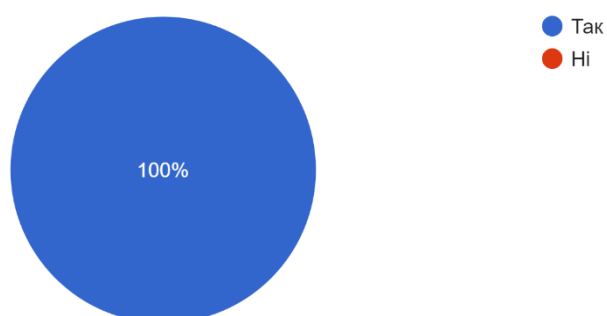
Вкажіть ваш вік

23 відповіді



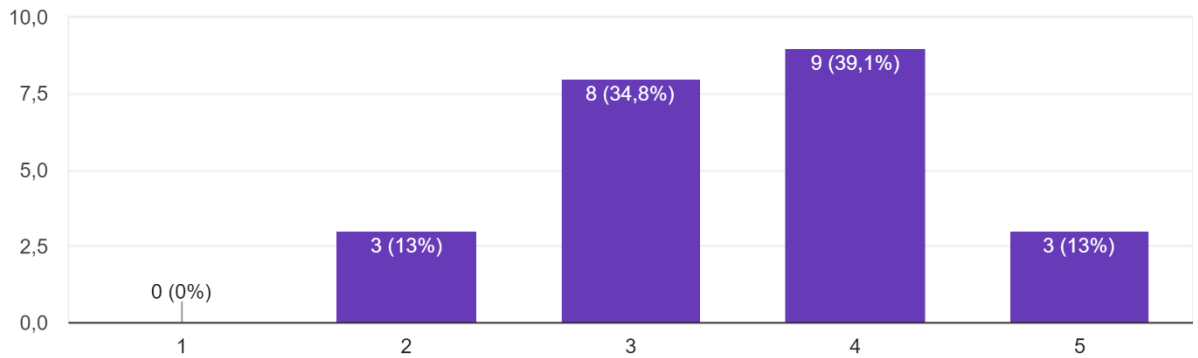
Чи використовували ви інсулін Хумодар

23 відповіді



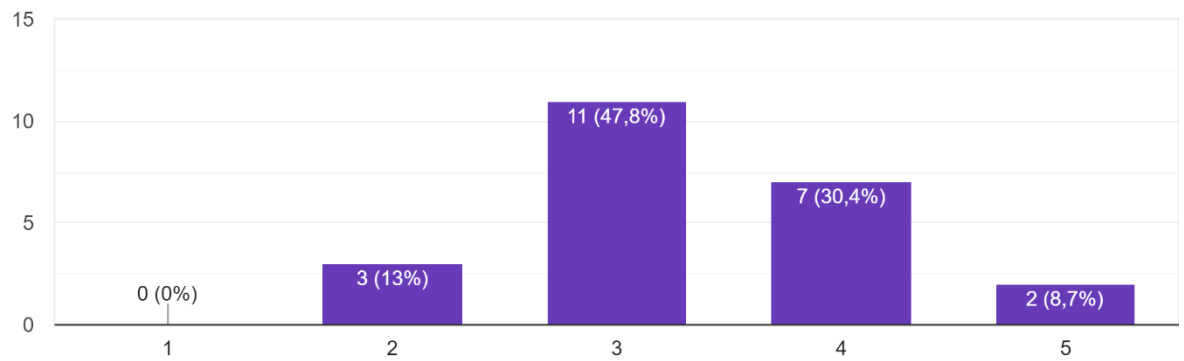
### Інсулін Хумодар ефективно контролює мій рівень цукру в крові

23 відповіді



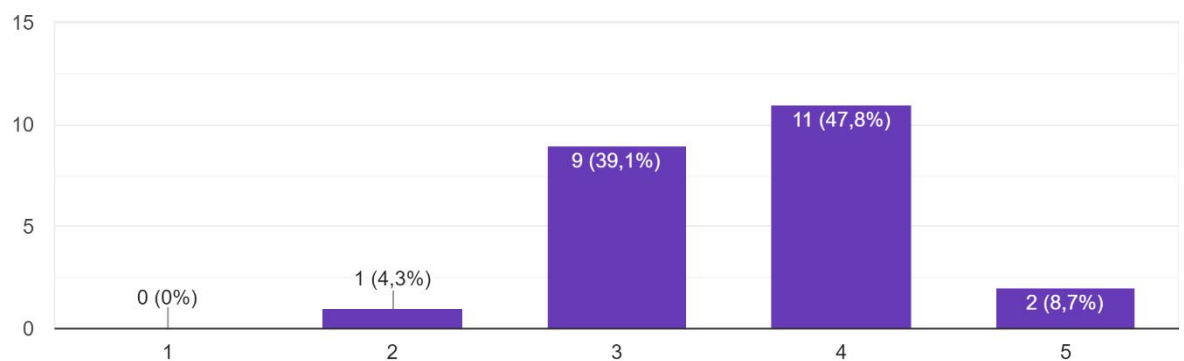
### Інсулін Хумодар постійно забезпечує бажаний терапевтичний ефект

23 відповіді



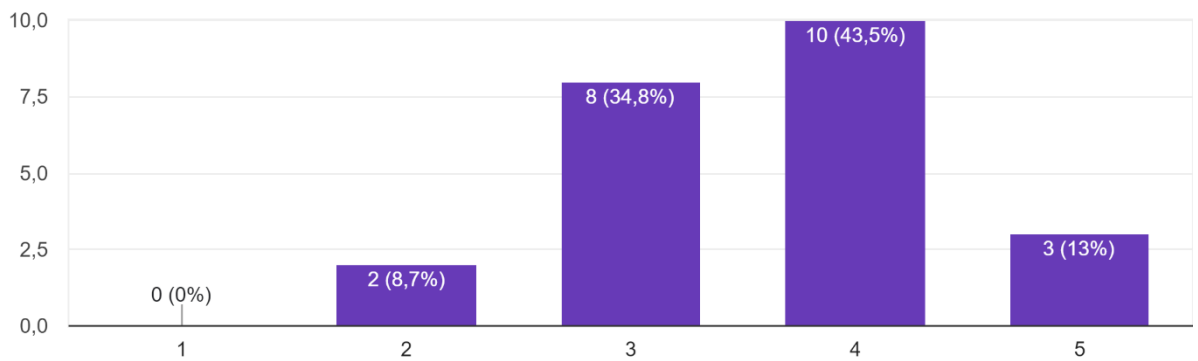
### Я впевнений у безпеці інсуліну Хумодар

23 відповіді



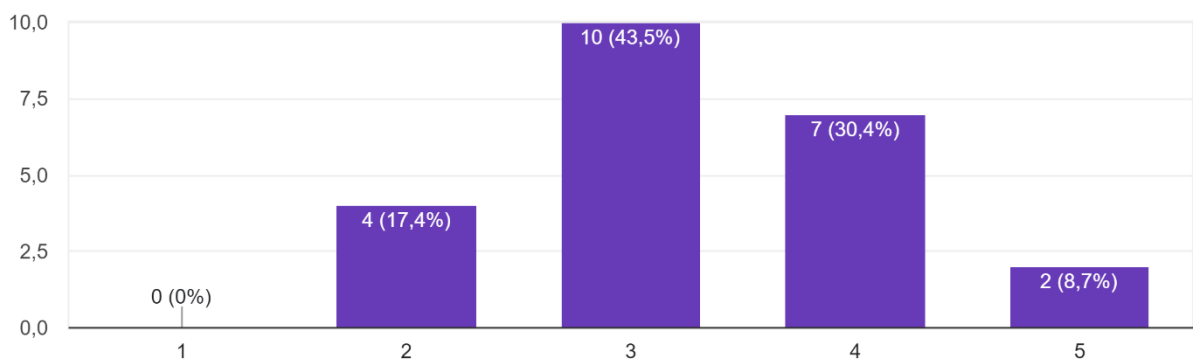
Я не відчував жодних несприятливих наслідків або побічних ефектів від застосування інсуліну Хумодар

23 відповіді



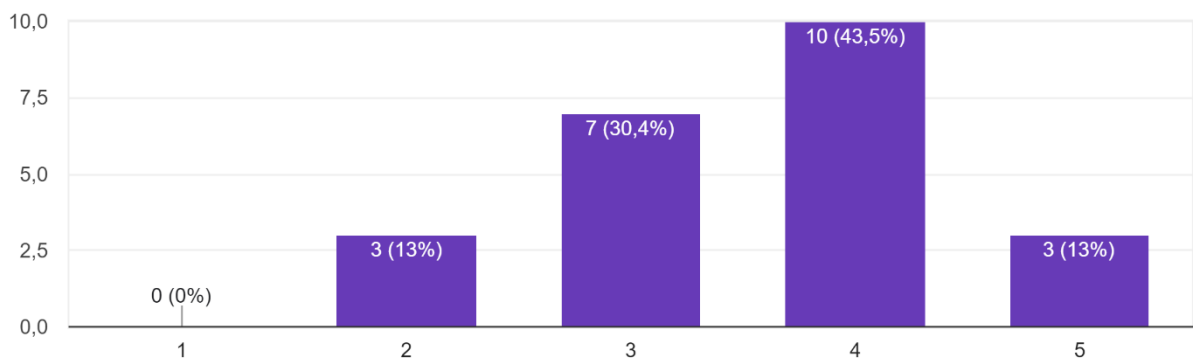
Інсулін Хумодар стабільно справляється з моїм рівнем цукру в крові, як і очікувалося

23 відповіді



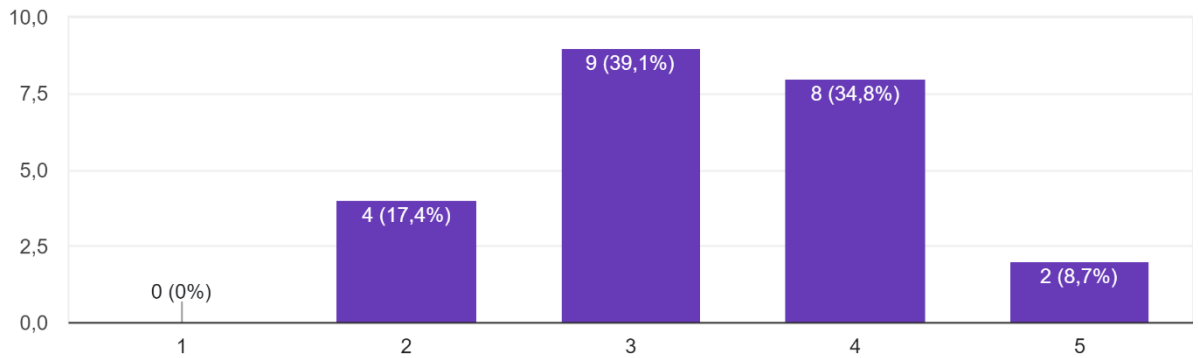
Я довіряю надійності цієї марки інсуліну

23 відповіді



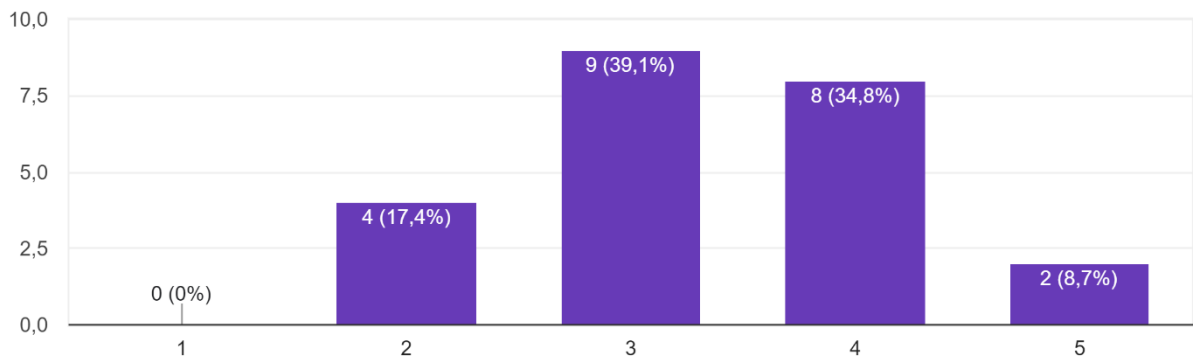
### Інсулін Хумодар легко вводити та використовувати

23 відповіді



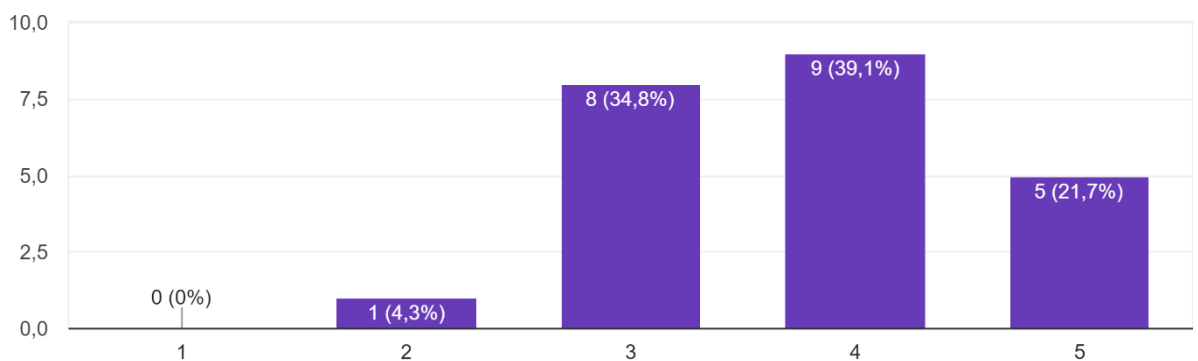
### Вимоги до зберігання цього інсуліну Хумодар є зручними для мене

23 відповіді



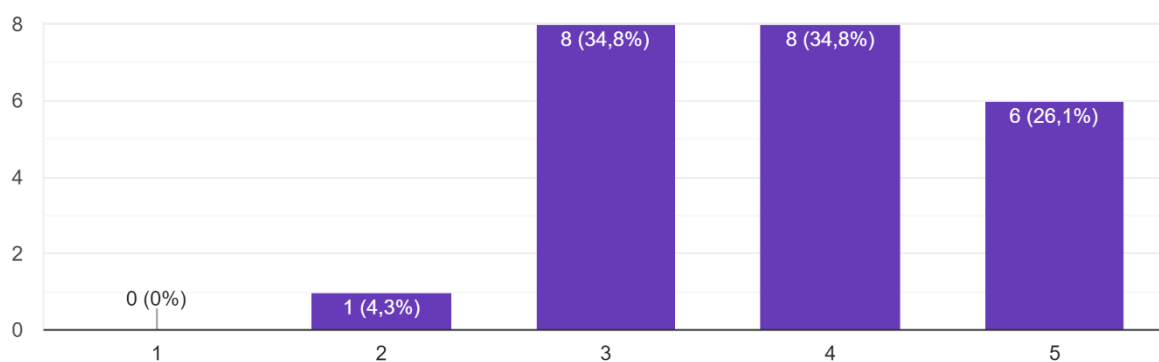
### Переваги, які я отримую від інсуліну Хумодар, виправдовують його вартість

23 відповіді



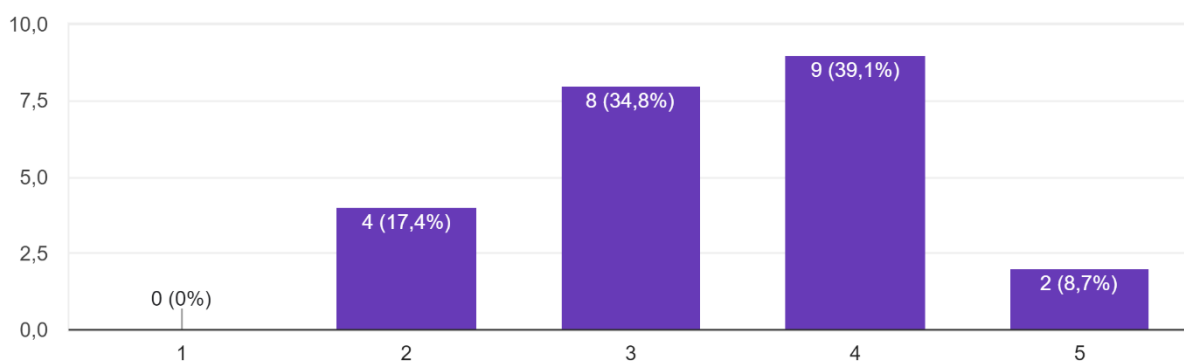
Порівняно з іншими брендами інсулінів, Хумодар пропонує краще співвідношення ціни та якості

23 відповіді



Я задоволений якістю інсуліну Хумодар

23 відповіді



Я б рекомендував інсулін Хумодар іншим хворим

23 відповіді

