

Андрей Иванович Шидловский – первый набор ФМк

Мы каждый день оказываемся в нужном месте, в нужное время, но не все из нас добиваются успеха. Почему? Потому, что нужно уметь использовать возможности, которые преподносит нам жизнь!

О том, как сложилась судьба одного из наших первых студентов, поступивших на ФМк в далеком 1997 году, и как пройти путь от специалиста по маркетингу до начальника управления по маркетингу и организации продаж на фармацевтическом предприятии [“Минскинтеркапс”](#), читайте ниже. Герой статьи – [Андрей Иванович Шидловский](#).



Начало всей истории

– Андрей, здравствуйте! Расскажите, как вы выбрали направление обучения, был ли маркетинг целью?

– По окончанию школы я уже точно знал, что буду поступать в БГЭУ на бюджет и рассматривал два варианта: специальности «Финансы и кредит» и «Маркетинг». Я посчитал маркетинг более перспективным направлением и остановил выбор на нем, о чем

нисколько не жалею.

В 1997-ом году, когда я поступал, представление о маркетинге было довольно абстрактным, многие считали, что это просто продажи (а у некоторых и до сих пор бытует это мнение). Меня привлекла идея заниматься чем-то креативным, возможность проявить себя с разных сторон. Факультет маркетинга тогда только сформировался, и мы были первопроходцами в этом направлении. Конечно сейчас обучение становится более практикоориентированным, что, на мой взгляд, только к лучшему.

– Чем больше всего запомнилась учеба? Есть ли какие-то яркие моменты с прошедших студенческих лет?

– Из студенчества запомнились и наши лекции, и преподавательский состав. Своеобразными брендами факультета стали фамилии Мочальник, Протасеня, Полещук, Карпеко. Я до сих пор помню своего дипломного руководителя Бороденю Валерия Анатольевича, и благодарен за те знания и опыт, которые он передал мне во время обучения в университете.

А еще яркие впечатления оставили наши посиделки в компании сокурсников в общежитии! Да, как бы удивительно это ни звучало. Так как я минчанин, о заселении в общежитие не могло идти и речи, но мне все равно очень хотелось прочувствовать студенческую жизнь на 100%. Помню друг рассказывал историю, как зашел в общагу нархоза, вызвал лифт и после открытия дверей обнаружил там связанного паренька, который вот так и катался с этажа на этаж. Да, да.. такие шутки были популярны в 90-ых. Где где вы такое сейчас встретите?

После третьего курса учебы я поехал на лето по программе Work&Travel в Америку. Сначала собирался в штат Мэн, но потом поехал с другом в Нью-Йорк работать в итальянском ресторане. Это была моя первая поездка за границу, и впечатления от нее не потускнели по сей день. Очень советую и сегодняшним студентам участвовать в подобных программах: сможете значительно расширить свой кругозор, получить бесценный опыт и

яркие впечатления, встретить новых друзей.



Настойчивость ломает границы

- Андрей, как сложилась ваша профессиональная карьера после окончания ФМк?**
- Распределение на пятом курсе стимулировало меня на поиск**

работы. В то время коммерческий директор предприятия «Минскинтеркапс» поручил разместить объявление о свободной вакансии как раз около деканата ФМк БГЭУ. Я решил попробовать пройти собеседование и в итоге стал специалистом по маркетингу и продажам. В 2009 году стал начальником отдела снабжения, а через некоторое время вернулся в прежний отдел уже в должности руководителя управления по маркетингу и организации продаж.

– В каких стажировках или международных программах вы принимали участие?

– В 2007 году был в Германии на стажировке управленческих кадров Беларуси. В рамках программы мы посещали немецкие предприятия, с нами делились опытом организации производства, менеджмента в различных отраслях, а также проводили обучающие семинары. А в 2009 году ездил на стажировку в Индию по программе IТЕС, в рамках которой проходило обучение по курсу «Методы бизнес-анализа». В программе принимали участие представители практически всех континентов. Поездка оказалась полезной не только со стороны личного опыта, но и для развития партнерских отношений. Как результат, мы наладили поставки продукции УП «Минскинтеркапс» на рынок Монголии. Случайных встреч не бывает, и нужно максимально это использовать.



Андрей Шидловский (крайний справа)

Профессионалы играют по правилам

– Андрей, какая существует специфика маркетинга в фармацевтической отрасли?

– Важная сторона маркетинга в медицине – это этичность данной деятельности. Мы занимаемся распространением специфического продукта, и потребитель не всегда может объективно оценить его полезность. Ко всему прочему, на УП «Минскинтеркапс» возложено выполнение социальной миссии об обеспечении населения

качественными и доступными лекарственными средствами, с чем мы отлично справляемся.

Стоимость разработки инновационного лекарственного средства с новой химической формулой составляет порядка 1 млрд. долларов США. Поэтому около 90% лекарств на белорусском рынке это дженерики (лекарственное средство, патент на которое закончился). В связи с этим очень важно успеть выпустить свой товар раньше остальных компаний, пока конкуренция по этой формуле не усилилась и стоимость не начала снижаться.

Для продвижения лекарственных средств стандартные подходы не работают. Если говорить о специфике маркетинга в нашей отрасли, то стоит отметить, что существует два вида лекарственных средств: безрецептурные и рецептурные. Реклама рецептурных препаратов разрешена только в специализированных изданиях для врачей. Поэтому для продвижения продукции мы принимаем участие в специализированных выставках, конференциях, семинарах, а также создан штат медицинских представителей, которые ведут работу с врачами и провизорами. Что касается безрецептурных препаратов, то здесь вся рекламная продукция (сценарии видеороликов, макеты полиграфической продукции, тексты), которая предназначена для потребителя, должна соответствовать не только Закону Республики Беларусь «О рекламе», но и быть согласованной с Министерством здравоохранения.

– Андрей, какие цели на будущее вы ставите перед собой?

– Нарращивать экспорт лекарственных средств, ведь белорусский рынок становится все более насыщенным, возрастает конкуренция и становится достаточно тесно. Из перспективных рынков мы сейчас поставляем продукцию во Вьетнам, Монголию, Ирак. Планируем и дальше работать с регионами Юго-Восточной Азии и Ближнего Востока. Мы видим, что продукция предприятия конкурентоспособна и востребована на этих рынках. В прошлом году открылся новый корпус завода, который позволит нарастить объемы выпуска продукции. Планируем пройти сертификацию по

требованиям международного стандарта для фармацевтических компаний GMP (Good Manufacturing Practice).



ФМк – это бренд

– Подбирая сотрудников в свой отдел, обращаете ли внимание на то, какой вуз они закончили? Является ли преимуществом учеба на ФМк?

– Цели набирать сотрудников из нархоза у меня, конечно, не

стоит, но часто именно так и происходит. Так как если даешь объявление о поиске маркетолога, то лучшие резюме почти всегда у выпускников ФМк. Поэтому несколько поколений студентов факультета работают в нашем управлении.

– Довольны ли вы степенью подготовки молодых специалистов?

– Да. Специалисты, окончившие ФМк продуктивно работают, стараются, имеют за плечами хороший багаж знаний.

– Каким на ваш взгляд должен быть настоящий профессиональный маркетолог?

– Думаю, это должен быть открытый ко всему новому, креативный, заинтересованный и инициативный человек. Важен аналитический склад ума и способность брать на себя ответственность за принятые решения. У маркетолога должен быть широкий круг интересов, ведь никогда не знаешь, с чем придется столкнуться. Когда мы учились, преподаватели говорили, что полученные в университете знания устаревают за три года. Сегодня я вижу, что на самом деле они устаревают за год и даже быстрее, поэтому очень важно всегда интересоваться инновационными приемами и методами работы в отрасли.

У нас есть идеи по сотрудничеству со студентами ФМк. Хотим создать совместный проект, где и студенты могли бы реализовать себя, и мы смогли вдохновиться свежими идеями.

Человек остается человеком

– Чем вы занимаетесь в свободное от работы время?

– Люблю заниматься спортом и стараюсь поддерживать здоровый образ жизни, в частности отдаю предпочтение велосипеду. На мой взгляд, это отличный и доступный каждому способ улучшить свое самочувствие и просто отдохнуть на свежем воздухе.

В рамках рабочих командировок я посетил множество стран, например, в последний раз я был в Ираке. Даже в эпоху

интернет-конференций переговоры face-to-face имеют более значимую роль в выстраивании партнерских отношений. Поэтому благодаря своей работе я имею отличную возможность расширить свои горизонты и увидеть насколько разнообразен наш мир.

Стараюсь все свободное время посвятить семье. У меня растет сын, и он занимается хоккеем, поэтому я вожу его на тренировки. Я люблю свою работу, но здорово каждый вечер возвращаться домой и отдыхать в кругу семьи.



– Андрей, что бы вы могли посоветовать студентам?

– Стараться максимально впитывать знания, это в конечном итоге будет вашим несравненным конкурентным преимуществом. А еще уметь отдыхать и веселиться, чтобы сохранить приятные воспоминания о студенчестве!

ФМк, в свою очередь, благодарит вас за преданность факультету, поддержку и содействие в развитии. Желаем вам интересных проектов, новых идей и реализации своих возможностей.

Путинцева Татьяна

Больше статей читайте в рубрике [Истории выпускников](#).