

Нові можливості кар'єри у фармацевтичній дистрибуції

Досвід роботи першостільником (першостоликом) – це набір особливих навичок, який розглядають як цінний актив у фармацевтичній дистрибуції. Звернемося по досвід до компанії «БадМ», однієї з провідних дистрибуторських компаній, яка залучає фахівців із фармацевтичною освітою, пропонуючи їм альтернативу традиційній кар'єрі.

Чому фармацевти обирають дистрибуцію?

У спеціалістів галузі може виникнути бажання до нового виклику та ширших горизонтів. Дистрибуція ж пропонує динамічне середовище, де фармацевтичні знання поєднуються із масштабними бізнес-процесами та управлінськими рішеннями.

У кандидатів цінується фармацевтичний досвід, а саме: ґрунтовне знання асортименту, вміння орієнтуватися в термінології та розуміння потреб споживачів.

Які позиції доступні для фармацевтів?

Зокрема, ця компанія виділила три ключові напрями, що потребують фармацевтичної освіти:

- оператор кол-центру – займається прийомом та обробленям замовлень, надає консультації клієнтам із асортименту та наявності товару;
- менеджер із закупівель – відповідає за ведення контрактів із постачальниками, планування закупівель та проведення переговорів;
- уповноважена особа на аптечному складі – здійснює контроль якості ліків, перевіряє документацію та забезпечує відповідність норм зберігання.

Кожна з цих позицій та багато інших дозволяють фахівцям застосувати свої фармацевтичні знання в масштабному середовищі дистрибуції.

Що отримують фармацевти в провідній компанії?

Прискорений кар'єрний розвиток. Компанія готова розглядати фахівців, які ще вчора працювали першостільниками, на одні з

найвідповідальніших позицій – наприклад, комерційний менеджер. Разом із новою посадою працівники отримують і належний відповідальності рівень доходу. *Стабільність великої компанії.* Прозора система оплати праці, офіційне працевлаштування, дотримання стандартів безпеки – все це може дати впевненість у завтрашньому дні та можливість планувати своє майбутнє.

Які навички стають конкурентною перевагою?

Важливими навичками є компетенції, набуті у фармацевтичній галузі, що стають міцною основою для успішного кар'єрного зростання в оптово-дистрибуційному секторі:

- вміння ефективно комунікувати з різними категоріями клієнтів;
- здатність швидко ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення;
- психологічна стійкість до стресових ситуацій.

Потрібно лише масштабувати набуті знання на рівень фармацевтичної дистрибуції.

Робота для фармацевтів у дистрибуції: нові можливості

Не всі фармацевти розуміють справжню цінність свого досвіду – це специфічне поєднання фахових та управлінських компетенцій, які високо цінуються в дистрибуційному сегменті фармсектору. Адже дистрибуція – це можливість для фахівців працювати з великими обсягами, відповідати за складні логістичні рішення та будувати кар'єру. Відтак ваші знання можуть стати ключем до нової професійної реальності.

Підготовлено ТОВ «Медікс Груп»

Оприлюднено доопрацьований проєкт із врегулювання маркетингових послуг

8 грудня на сайті Міністерства охорони здоров'я України для громадського обговорення оприлюднено доопрацьований проєкт постанови Кабінету Міністрів України «Деякі питання надання маркетингових та інших послуг, пов'язаних з реалізацією лікарських засобів кінцевому споживачу, та застосування інструментів фактичного зменшення закупівельних цін після переходу права власності на товари».

Проєкт розроблено з метою реалізації статті 201 Закону України «Про лікарські засоби», якою встановлено обмеження при здійсненні господарської діяльності з реалізації лікарських засобів. До цього проєкт вже оприлюднювався для обговорення в червні 2025 р.

На відміну від попередньої редакції, поточною уточнюється, що до маркетингових послуг належать і послуги, пов'язані із забезпеченням наявності лікарських засобів у місцях здійснення роздрібною торгівлі.

Також доопрацьованою редакцією уточнено визначення поняття «послуги з промоції лікарських засобів (промоція лікарських засобів)», згідно з яким це діяльність з поширення інформації, в тому числі матеріалів про лікарський засіб, призначеної для забезпечення обізнаності фармацевтичних працівників щодо такого лікарського засобу, спрямованої на просування лікарського засобу на ринку, стимулювання його реалізації (відпуску) чи застосування.