

РЕЦЕНЗИЯ

ОТ ДОЦ. Д-Р ГАЛЯ КРУМОВА ЦОЛОВА, ДМ

Член на научно жури по процедура за защита на дисертационен труд на тема:

**НЕОБХОДИМОСТ ОТ МАРКЕТИНГОВА КУЛТУРА
КАТО УПРАВЛЕНСКА ФУНКЦИЯ В БОЛНИЧНИЯ МЕНИДЖМЪНТ**

за придобиване на образователна и научна степен „Доктор“ по научната
специалност „Социална медицина и здравен мениджмънт“

с кандидат **Д-Р АНТОН ПЕТКОВ ПЕТКОВ**

На основание заповед №РД-67/05.02.2021 г. на директора на НЦОЗА и с решение на Научно жури (протокол №1/09.02.2021 г.) съм избрана за член на Научното жури по посочената процедура и изготвяне на рецензия.

Рецензията е изготвена съгласно изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България и Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в Националния център по общественото здраве и анализи (НЦОЗА).

1. Общо представяне на процедурата и докторанта

Във връзка с процедурата, ми е предоставен комплект материали на хартиен и електронен носител, който включва изискваните документи, както следва: дисертационен труд; автореферат; копия на научните публикации; списък на публикации и участия в научни форуми; други документи.

Д-р Антон Петков Петков е зачислен като докторант на самостоятелна подготовка със Заповед на директора на НЦОЗА № РД-57/03.02.2020 г. по докторска програма: „Социална медицина и здравен мениджмънт“. Докторантът има необходимия брой точки, съгласно Приложение 1. Минимални национални изисквания към научната и преподавателската дейност.

На Научен колегиум на дирекция „Промоция на здраве и превенция на болестите“, и въз основа на решение на НС, докторантът е отчислен с право на защита, съгласно Заповед № РД-61/05.02.2021 г. на директора на НЦОЗА.

Наборът от документи отговаря на изискванията. Представените документи доказват законосъобразността и пълнотата на проведеното обучение и процедурата по неговото администриране.

2. Автобиографични данни на кандидата

Антон Петков Петков е роден на 15 септември 1961 г. През 1987 г. завършва медицина във ВМИ-София. През 1993 г. придобива специалност „Вътрешни болести“, през 1997 г. - „Кардиология“, през 2000 г. – „Здравен мениджмънт“ в УНСС – Институт за следдипломна квалификация, ВШМА, София.

От януари 1988 г. до декември 1988 г. работи като лекар-ординатор в Окръжна болница, Благоевград, а през периода 1988-1999 г. – като научен сътрудник в Транспортен медицински институт, София. От 1999 г. до 2001 г. работи в поликлиника СОМАТ, ТМИ, София като главен лекар, а след това като управител в МСЦ „СОМАТ“ АД - София. От 2001 г до 2009 г. е назначен за управител, лекар-кардиолог в МЦ „Меделек“ ООД - София. От 2009 до момента е изпълнителен директор на УМБАЛ „Св. Иван Рилски“ ЕАД – София. През годините повишава квалификацията си и е провел обучителни курсове по: ехокардиография, абдоминална ехография, 24-часово мониториране на АН, 24-часово мониториране на ЕКГ.

3. Актуалност на разработката

Дисертационният труд на д-р Антон Петков засяга изключително важен проблем. Приложенията на здравния маркетинг непрекъснато се увеличават в съответствие с нарастването на очакванията и на критичността на потребителите по отношение на обслужването, тяхната покупателна способност и възможностите им за избор, както и на съперничеството между лечебните заведения в долавянето на техните предпочитания. Това обуславя актуалността на дисертационния труд предвид и постоянно реформиращата се национална здравна система на България и необходимостта от нов управленски стил и внедряване на професионален здравен мениджмънт.

Д-р Петков компетентно разглежда редица приоритетни въпроси на съвременния здравен маркетинг, като акцентира на два от тях: социално-етичният маркетинг като ново направление в теорията и практиката на маркетинга и ролята на маркетинговата култура за ефективна организационна промяна в здравеопазването.

Авторът подчертава, че адекватната висока маркетингова култура на управленския и медицинския персонал е задължително условие за една успешна организационна промяна в по-широк мащаб в интерес на ефективната реформа на националната здравна система. Здравният маркетинг може да се използва за регулиране нивото на търсенето, подобряване имиджа на предлаганите услуги, привличане на

ресурси и хора, мотивиране и ангажиране на персонала, по-добро използване на наличните ресурси, както и за развитие на нови услуги и програми.

Всичко това подчертава още веднъж актуалността на представения дисертационен труд.

4. Характеристика на дисертационния труд

Дисертационният труд е оформен съгласно изискванията на ЗРАСРБ. Текстът е ясен, добре структуриран и е налице адекватен баланс между отделните раздели.

Разработката е представена на 114 страници и включва всички необходими елементи: въведение, литературен обзор, методика на проучването, обсъждане на резултатите, изводи, препоръки. Библиографията включва 121 литературни източници, от които 40 на кирилица и 81 на латиница. Работата е онагледена с 16 таблици, 16 фигури, 2 приложения (анкетна карта „Потребност от маркетинг в управлението на болницата“ и анкетна карта за мнението на пациентите).

Литературен обзор

Литературният обзор е представен на 55 страници и посочва съвременните тенденции на проблемите, свързани с маркетинга в здравеопазването. Представени са същността и ролята на маркетинга като управленски процес и приложението на маркетинговите подходи в здравеопазването. Поставен е акцент върху нарастващата потребност от нова маркетингова култура в управленския процес на болницата. Подробно са разгледани проблемите, свързани с връзките с обществеността – пбблик рилейшънс (Public Relations); пазара и поведението на потребителите; маркетинга и медицинската квалитология като подходи за управление на качеството на медицинската помощ. Особено внимание е отделено на социално-етичния маркетинг като ново направление в теорията и практиката на маркетинга и ролята на маркетинговата култура за ефективна организационна промяна в здравеопазването в процеса на здравната реформа.

Направеният анализ в обзора показва отличната информираност на дисертанта относно изследвания проблем. Д-р Петков умее да работи с научна литература, да обсъжда различни мнения, да прави обобщения, за което съществено значение има и практическият му опит.

Качественият и добре структуриран литературен обзор е основа за формулирането на целта: „На базата на конкретен литературен и емпиричен анализ за нивото на маркетингова култура и информираност на управленския и медицинския персонал да се обоснове нарастващата потребност от по-ефективно използване на

маркетинга като фактор на ефективен мениджмънт в болницата в интерес на повишаване качеството на болничната дейност в съвременните пазарни условия“. Задачите са 5 на брой и произтичат от поставената цел.

Методика на проучването

Обектът, предметът и обхватът на проучването са представени коректно. За набиране и обработка на информацията са използвани следните основни методи: документален - анализ на налична официална документация; социологически – провеждане на пряка индивидуална анонимна анкета. За целите на анализа се използва алтернативен, вариационен, непараметричен, корелационен и графичен анализ. На тази основа са направени теоретични обобщения, изводи и препоръки, които имат познавателна и референтна стойност.

Резултати, изводи, препоръки, приноси

За постигане на поставената цел са разработени два въпросника. Резултатите от проведената анкета относно *потребността от маркетинг в управлението на болницата* показват, че са налице редица важни и нерешени проблеми, свързани с маркетинговата култура на медицинския персонал в лечебното заведение: недостатъчна информираност; недостатъчно използване на системния конкурентен анализ в процеса на болничния мениджмънт; неточна и непълна представа за маркетинга; подценяване на целевите контингенти (пациентите), към които да се насочва бъдещата болнична дейност за комуникации, реклама и предлагане на здравни услуги; недостатъчно използване на средствата за информиране на обществеността относно предлаганите здравни услуги и др.

Проведената анонимна анкета на хоспитализираните пациенти показва недостатъчна информираност по отношение на условията, видовете и качеството на медицинската помощ в болницата, което влияе на тяхното адекватно възприемане на болничната среда. Източниците на информация са преди всичко близки и познати, порядко от брошури, срещи с лекари от дадената болница, информация от личния лекар, инцидентна, нерегулярна или липсваща целенасочена комуникационна рекламno-информативна дейност.

Всички тези резултати подчертават необходимостта от повишаване маркетинговата култура на управленския екип и на болничния персонал за нуждите на болничния мениджмънт.

Формулираните *изводи* са логично следствие от поставените цел и задачи, анализа на резултатите. Направени са *9 препоръки*, синтезирани от личния опит на

дисертанта и съвременното състояние на този важен медико-социален проблем, насочени основно към ръководния екип на болницата.

Дисертационният труд съдържа съществени *приноси* в теоретико-методологичен и практико-приложен аспект, които подкрепям. Трябва да се отбележи, че в методологичен аспект за пръв път в България се анализира здравния маркетинг извън традиционната икономическа визия на това понятие, което включва и специфични за здравеопазването социални, културни и етични аспекти; доказана е недостатъчната маркетингова култура в болничния сектор, което води до неефективно използване на легловия фонд и неравномерен ритъм в дейността и натоварването на медицинския персонал; изследването запълва една празнина по отношение необходимата култура на конкурентност между лечебните заведения като гаранция за качество на медицинските услуги; установява се наличие на различия в нивото на маркетинговата култура на персонала в публичния и частния болничен сектор; доказани са недостатъци в използването на средствата за информиране на обществеността относно предлаганите медицински услуги; установена е незадоволителна координация между първичната медицинска помощ (ОПЛ) и специалистите в болничната помощ; въведен е в практиката принципът на целевите пациенти като част от маркетинговия подход.

Очертаните разлики в мениджмънта на публичните и частните болници и обосноващите препоръки за подобряване на управлението ще спомогнат за изграждане на политики за укрепване на управленските подходи в лечебни заведения с лош финансов резултат. От съществено значение е и препоръката за преодоляване на тесните рамки на болничния стационар и осъществяване на ефективна връзка и координация с извънболничната мрежа и в частност с личните лекари.

Лично участие на автора

Авторът е участвал лично във всички етапи на проучването - планиране, изработване на дизайна, ръководство, координация и контрол при събирането на информацията, при анализа и обработката ѝ. Дисертационният труд показва, че д-р Петков има задълбочени знания, професионални и лични качества за самостоятелно извършване на научно-изследователска дейност. Трудът е написан на стилистично добър език, дава пълна представа за извършената работа.

Научни публикации във връзка с дисертацията

Докторантът има 4 публикувани статии, в които е водещ автор в авторитетни български списания – „*Медицински меридиани*“ и „*Медицински преглед*“.

Автореферат

Авторефератът напълно отразява постигнатото от докторанта, синтезира съдържанието на дисертационната разработка и е изцяло съобразен с изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за неговото приложение и Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в НЦОЗА.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Оценявам положително представения дисертационен труд. Основание за това ми дава актуалността на проблема, използваният съвременен методичен подход, големият обем извършена и анализирана изследователска работа. Дисертационната разработка се отличава с научна добросъвестност и практическа насоченост. Съдържа потенциал и идеи за бъдещи научни изследвания, което увеличава нейната стойност.

Дисертационният труд напълно отговаря на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в България, Правилника за приложение на закона за развитие на академичния състав в България и Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в НЦОЗА за присъждане на образователна и научна степен „доктор” по научната специалност „Социална медицина и здравен мениджмънт”.

Изложените по-горе съображения ми дават основание убедено да предложа на членовете на уважаемото научно жури да оценят високо дисертационния труд и да гласуват положително за присъждане на образователната и научна степен „Доктор” на д-р Антон Петков Петков

17.02.2021 г.

Изготвил:

доц. д-р Галя Цолова, дм

