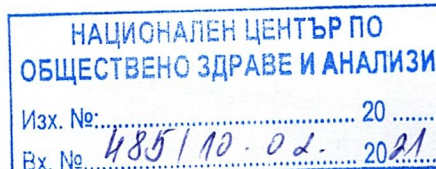


СТАНОВИЩЕ



на дисертационен труд на тема
**„Необходимост от маркетингова култура като управленска функция в
болничния мениджмънт“**

на д-р Антон Петков Петков

за присъждане на образователната и научна степен „Доктор“
по научната специалност „Социална медицина и здравен мениджмънт“

Изготвил становището: проф. д-р Пламен Стоянов Димитров, дм
Избран за член на научното жури със заповед № РД-67/05.02.2020 г. на
Директора на Националния център по обществено здраве и анализи

Актуалност на разработката

През последните години нараства актуалността и значението на маркетинга в здравеопазването. В научната литература през последните години се наблюдава значителен ръст на публикациите подчертаващи значимостта на маркетинга, като се очертава и неговата същност и мисия –той е отговорен за установяването, предвиждането и ефективното удовлетворяване на потребностите и изискванията на пациентите в лечебния сектор на здравната система. В световен мащаб маркетингът се налага като задължителен елемент на здравния мениджмънт. Според повечето автори маркетингът е управленски процес в условията на пазара. Въпреки това все още той се разбира в много ограничен контекст като рекламна дейност и за съжаление се подценява от здравните мениджъри в нашата страна. Трябва ясно да се подчертае, че маркетингът е особено значим фактор в болничния сектор. Представеният дисертационен труд безспорно е актуален и е с несъмнен принос за развитието на теорията и практиката на маркетинга в болничния мениджмънт.

Характеристика на дисертационния труд

Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд е представен в обем 117 страници и е илюстриран с 4 таблици и 10 фигури. Структуриран е на модулен принцип, съдържащ въведение, литературен обзор, цел, задачи и методика, анализ на

резултатите, обобщение на резултатите, заключение – изводи, препоръки и приноси, литература, приложение.

Литературен обзор

Използваната литература включва 121 заглавия, от които 81 на кирилица и 40 на латиница. В тази част на дисертационния труд д-р Петков прави обзор на същността и ролята на маркетинга като управленски процес. Представени са дефиницията и характеристиката на маркетинговата култура като понятие. Дискутиране са специфичните особености на приложението на маркетинговите подходи в здравеопазването, като е подчертана нарастващата необходимост от нова маркетингова култура в управленския процес на болницата. Важен елемент от литературния обзор е представения анализ на пазара и поведението на потребителите, както и теоретичното представяне на социално-етичния маркетинг като ново направление в теорията и практиката на маркетинга. Авторът показва висока осведоменост и знания, както и задълбочени умения да анализира и интерпретира научна литература. Анализирайки данните от литературния обзор, докторантът логически стига до целите и задачите на своето проучване.

Цел и задачи

Дисертационния труд цели на базата на конкретен литературен и емпиричен анализ за нивото на маркетингова култура и информираност на управленския и медицинския персонал да се обоснове нарастващата необходимост 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.

За изпълнението на поставената цел, докторантът е поставил четири основни задачи: 1. Да се направи литературен обзор по проблемите на маркетинга в болничната дейност. 2. Да се анализира специфичната роля на маркетинговия подход в здравеопазването. 3. Да се направи анализ на резултатите от проучване на маркетинговата култура в публично и частно лечебно заведение. 4. Да се сравни анализа на маркетинговата култура в публично и частно лечебно заведение. 5. Да се изготвят предложения за по-ефективно използване на маркетинга като фактор на ефективен мениджмънт в болницата с оглед повишаване качеството на болничната дейност.

Материали и методи

Проучването обхваща 306 души болничен персонал (лекари и медицински сестри - 206 от две публични болници и 100 от две частни болници) и 340 пациенти, лекувани в тези болници (240 в публични болници и 100 в частни болници). За набиране и обработка на информацията са използвани следните основни методи: Документален - анализ на налична официална документация; Социологически – провеждане на пряка индивидуална анонимна анкета; Статистически методи.

Резултати, изводи, приноси и препоръки

Представени са резултатите от проведеното проучване върху персонала и пациентите, отделно за публичните болници и за частните болници.

Резултатите показват, че информираността относно маркетинговия подход е значително по-висока в частните болници. Частните болници в сравнение с публичните болници имат по-добра взаимовръзка с извънболничния сектор. Това е обусловено от тяхната по-силна и по-добре организирана мотивация за търсене на пациенти, което непременно изисква да се преодолеят тесните рамки на болничния стационар и да се осъществи здрава креативна връзка и координация с извънболничната мрежа. Анкетиранияте пациенти от частните болници имат по-висока предварителна информираност на постъпващите пациенти за видовете и качеството на медицинска помощ, която предоставя болницата. Като обща констатация се установява недостатъчна маркетингова култура в изследваните болници. Това е фактор, който затруднява сериозно цялостния управленски процес в болниците и не допринася за висока ефективност.

Представените изводи в синтезиран вид обобщават получените резултати.

Формулирани са препоръки насочени към ръководните екипи на болниците – директори/управители, техни заместници, директори по икономическата част, началници на болнични структури, главна и старши медицински сестри, връзки са обществеността и др.

В заключение авторът формулира 9 приноса, които приемам.

Научни публикации във връзка с дисертацията

Д-р Антон Петков има 4 научни публикации във връзка с дисертационния труд. Във всички публикации д-р Петков е първи автор, като в две от тях е самостоятелен автор.

Автореферат

Авторефератът на дисертационния труд за придобиване на ОНС "Доктор" на д-р Антон Петков отразява същността на дисертационния труд, като в него синтезирано се представят основните моменти от дисертационния труд, постигнатите резултати, изводите и приносите.

Рефератът е структуриран и изготвен според изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България, Правилника за прилагане на ЗРАСРБ и Правилника за развитие на академичния състав в НЦОЗА.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Оценявам положително представения дисертационен труд. Основание за тази оценка е актуалността на проблематиката, значимостта на поставената цел и задачи, използваният съвременен методичен подход, обемът прецизно извършена и интерпретирана изследователска работа. Дисертационният труд съдържа важни научно-приложни резултати, много от които могат да бъдат използвани в болничния мениджмънт.

Дисертацията 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 да предложа на членовете на уважаемото жури да оценят високо дисертационния труд и да гласуват положително за присъждане на научната и образователна степен „Доктор“ на д-р Антон Петков Петков.

10.02.2021 г.

Изготвил:

проф. д-р Пламен Димитров, дм