



ДО Председателя на Научното жури към
Медицински университет – Варна (МУ – Варна)

РЕЦЕНЗИЯ

От:

Проф. д-р. ик. н. Юлия Добрева Узунова, област на ВО 3.0. Социални, стопански и правни науки, с ПН 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“ 05.02. 26, при катедра „Маркетинг“, ИУ – гр. Варна, бул. “Княз Борис I”, 77, 0888 274 348, julimark@abv.bg член на научно жури съгласно Заповед № Р-109-438/22.12.2017г. на Ректора на Медицински университет – Варна (МУ – Варна)

Относно:

Дисертационен труд за присъждане на ОНС „Доктор“ в област на висшето образование “3. Социални, стопански и правни науки”, професионално направление “3.7 Администрация и управление”, научна специалност “Организация и управление извън сферата на материалното производство (в здравеопазването)”

Автор на дисертационния труд: *Силвия Николаева Ангелова*

Тема на дисертационния труд: *„Нагласи за развитие на иновативни фармацевтични продукти в България“*

Научен ръководител: *Проф. Тодорка Костадинова, д.и.*

1. Биографичен профил на кандидата

Силвия Николаева Ангелова е родена на 26.01.1983г. Средното си образование кандидатът получава през 2001 г. в гр. Разград. През 2001/2005 г. завършва бакалавърското си образование по специалност „Социални дейности” в СУ “Св. Климент Охридски”-София.

Отличава се с успешен магистърски мулти профил, сполучливо интегриращ следните магистърски програми, както следва: през 2004/2007 г. магистратура «Международни отношения» в СУ “Св. Климент Охридски”-София; 2013//2014 г. – магистратура по «Фармацевтичен мениджмънт» в Медицински университет- Варна. От 2016 г, е докторант в областта на Икономика и управление на здравеопазването, с ПН “3.7 Администрация и управление”, НС “Организация и управление извън сферата на материалното

производство (в здравеопазването)”.

За период от 12 години (2005/2018 г.) Силвия Николаева Ангелова се отличава със висока професионална активност в кариерното си развитие. Последователно в трудовата си дейност, тя заема следните работни места: през 2005/2007 г.- ДСХ «Социални дейности». гр. Разград; през 2007/2010 г. - мениджър клиенти с обхват на оферти, тръжни документи, консултански услуги и др. в «Burmash Uni Group», Mostconsult», « XS Sofware»; 2010/2011 г.-търговски представител в дивизия «Детски храни» към «НЕСТЛИ»-БГ за промоционални, складови дейности, база данни и др.; 2011-2018 г.- мениджър на ключови клиенти за продуктови линии към «Пфайзер, «, БГ-относно кардиологични, неврологични, офролмологични ендокринни и др фармацевтични продукти.

Зад успеха на тази трудова дейност на Ангелова, стоят и резултатите от следните целево придобити знания и умения от сертифицирани курсове: „Преговори”, „Продажби във фармацевтичната индустрия”, „Индивидуална ефективност”; „Презентационни умения, компетенции и ПР” ; “Pfizer Masterclass Meeting”-Atina, Praga, Rome.

2.Обща характеристика и актуалност на темата на дисертационния труд

Докторската дисертация на тема „**Нагласи за развитие на иновативни фармацевтични продукти в България**” е посветена на съвременен актуален маркетингов проблем в бизнеса с фармацевтични продукти при съвременните пазарни условия - динамика и тенденции в нагласите на участващите субекти (вътрешно таргетирани аудитории), приоритетно въздействащи върху маркетинг-мениджърските процеси в здравеопазването у нас.¹

Дисертационен труд „**Нагласи за развитие на иновативни фармацевтични продукти в България**” е в обем от 190 стандартни страници. Структуриран е в увод, три глави, заключение, препоръки, 4 приложения, 158 литературни източници в т.ч. 72 бр. на кирилица, 69 бр.- на латиница и 17 бр. е-източника.

Трудът е посветен на стратегически значим мениджърски проблем в съвременния бизнес с фармацевтични продукти- паралелни маркетинг изследване, анализ и усъвършенстване на нагласите на експерти-специалисти в фармацевтичния бизнес и в здравеопазването. Поради сложната, динамично променяща се бизнес среда, днес маркетинговият мениджмънт на нагласите към бизнеса и потреблението на фармацевтичните продукти, е със стратегически фокус към успешното функциониране, развитие и сигурност в здравеопазването в страната ни. Мулти проблемността в природата на прилаганата маркетингова релация *“пазари-нагласи—фармацевтичните продукти-здравеопазване”*, е

¹ <https://clarivate.com/report> 2017

сложна и динамично обвързана със същността, спецификата и динамика на протичащите промени в здравеопазването в страната.

Качеството на тази маркетингова бизнес релация е пряко обусловено от равнището, както на пазарната култура на фирмено, така и на пациентско ниво в сферата на съвременното здравеопазване.

Поради това изборът на докторската тема е сполучлив и добре обмислен.

Целите, обхвата, задачите и методичната основа са достатъчно нови, интересни, широко мащабни и позволяват на автора да разгърне необходимото за целта научно-изследователско търсене и съответните оф/он-резултати в здравеопазването. Приложен е значим маркетингов изследователски инструментариум при реализирането им в условия на протичащите глобални и национални пазарни промени.

Целта на настоящата дисертация е да се изследват анализират и развиват нагласите към иновативните фармацевтични продукти сред мениджъри на фармацевтични компании и медицински специалисти, разработвайки концептуален модел и алгоритъм за техния пазарен вход и приложение в страната.

За постигането на тази цел дипломантът формулирани седем **изследователски задачи** **относно:** **разкриване** същностните характеристики на иновативните фармацевтични продукти, **разработване** на иновационен концептуален модел и алгоритъм на фармацевтичните компании, **провеждане паралелни дълбочинни** маркетинг изследвания и контент анализ на нагласите сред мениджъри, специалисти и експерти в областта на здравния и фармацевтичен сектор; **извеждане на препоръки** на национално и организационно ниво за въвеждане и развитие на иновативни фармацевтични продукти в България. Докторантът Ангелова поставя в центъра на докторската си теза стратегическия съвременен проблем пред здравеопазването- колаборативен дизайн на мениджмънта на нагласите, прилагайки колаборативен подход в инициативите ин за промени ²

Обекта и предмета на изследването са в съответствие с необходимия формат за реализиране на целите и задачите на докторската теза.

Ограниченията в изследването, определящи специфичните граници, при които авторът реализира поставените задачи са следните: 1) изследване на социално значими и най-разпространени иновативни фармацевтични продукти, във фаза реализация на пазар Североизточна България, без обхват на производствената технология; 2) изследване и оценяване нагласите на вътрешно таргетирна аудитория във водещи фармацевтични компании с мениджърски компетенции и функционална маркетингова грамотност, заемащи следните

² [Kelly Monahan, T.Murphy, M. Johnson](#) Humanizing change: Developing more effective change management strategies Deloitte Review issue 19, 2016

работни места: национален мениджър., национален мениджър, продуктов мениджър, регионален мениджър и мениджър ключови клиенти; 3) изследване и оценка нагласите на вътрешната целева аудитория в 30 здравни клиники и отделения, включващи експерти работещи в областта на кардиология, неврология, ендокринология, офталмология, педиатрия, ортопедия, нефрология, хирургия, съдова хирургия, хематология и онкология в 7 градове-Варна, Русе, Силистра, Добрич, Търговище, Шумен и Разград; 4) дълбочинни интервюта за проучване нагласите на две целеви респондентски групи, като критерии за групата от фармацевтични компании са годишен оборот до 20 мил., с над 96% иновативни продукти и за групата от респонденти-експерти в здравния сектор - работещи със социално значими иновативни фармацевтични продукти за най-масовите заболявания; 5) изследването обхваща периода декември 2016 - април 2017 г., чиито резултати са обработени чрез SPSS v.20 .

ПЪРВА ГЛАВА, озаглавена „Иновации и иновационни продукти. Характеристика, класификация и етапи на въвеждане и развитие на иновациите”, е в обем от 30 стр. и е структурирана в пет параграфа. Авторът задълбочено изследва и теоретично извежда работни постановки относно общозначимостта на понятието иновация, класификация на иновациите (15-32 стр.), иновативен продукт и характеристики, процесът на разработване на нови продукти и оценка на продуктово- пазарната структура (36-45 стр.).

Въз основа на критичен теоретичен обзор и анализ на над 50 съвременни значими автори теоретики-приложни изследвания, Ангелова извежда потребността от мулти функционалност на понятието „иновация”, както в статичен, така и в динамичен разрез. Успешно класифицира 10 типа иновации, като за целта прилага целеви метричен подход, така необходим при целева колаборация между фармацевтичен бизнес и този в здравеопазването. На фона на съдържателно систематизиран осем етапен процес на разработване на иновативни продукти, авторът извежда паралелен продуктово-пазарен профил за оценка иновативните продукти. В оценяването приоритетно е приложен, както продуктов подход към критериите за функционалност, предназначение; качество, стандарти, ТМ, и уникалност, така и към пазарните критерии по продуктови групи, потребители и територии. В процеса на рецензиране в тази част, се отчита налице на значим обем от повторения (35-45 стр.).

Във ВТОРА ГЛАВА „Специфика на иновативните фармацевтични продукти - характеристики и особености. Развитие на иновативните продукти във фармацевтичния сектор” предлагания материал, включва пет параграфа, посветени на спецификата и особеностите в развитието на иновативните фармацевтични продукти, с общ обем от 50 стр. (46-95 стр.). Докторантът структурира теоретично-приложни постановки относно стратегическите иновации и техния мениджмънт във фармацевтичния сектор (49-68 стр.). Фокусът на автора е върху открояване иновативно продуктово

развитие на оригинални и генерични фармацевтични компании, както в международни пазари в Европа, така и в пазар България (55-95 стр.). Въз основа на иновационната политика, технология и методи на лечение в съвременното здравеопазване, авторът откроява нарастващата потребност от превантивни, промоционални, лечебни и рехабилитационни здравни иновации в условията на потребителски очаквания в силно дисруптивната фармацевтична индустрия, въвеждане на глобални системи за качество (GQM), здравните стандарти при свободен и гарантиран достъп в профилактиката на заболяемостта в ЕС и в България.

В тази глобализирана социална среда, Ангелова подходящо откроява стратегическата роля и проблеми на иновативните фармацевтични компании, стартово гарантиращи ползите на пациентите от качествени, безопасни и ефикасни иновативни продукти (EFPIA).. Разкривайки ключови проблеми в мениджмънта на иновативните фармацевтични компании, докторантът целесъобразно класифицира концепциите за оценка на иновативността на фармацевтичните компании, прилагайки маркетингов критерий „иновативно лидерство”, откроявайки три базови концепции, а именно: *търговска концепция за пазарно лидерство чрез терапевтичен клас иновативни продукти; технологична концепция за индустриално лидерство чрез нова технология в цялостни системи или процеси на лечение; терапевтична концепция за лидерство чрез ползи от ново лечение в сравнение с това на конкурентите.*

Паралелно с това, Ангелова дефинира същността и значимостта на ре-иновациите в здравеопазването. Извежда потребността от мениджърска ревизия, чрез критерии и стандарти за мобилна мениджърска компетентност, с целеви фокус към информационно-финансовата колаборация „*иновации-технологии-маркетинг*” в мрежи от високо инвестиционни оригинални и генерични фармацевтични компании. Анализират се професионалната подготовка и локализацията на специалистите в тази насока, дефинирайки въздействието на емергентността на пазарната здравно-образователната среда .

Необходимо е да се подчертае научно-практическата значимост на изложения материал за тенденциите в нагласите на експертите за периода 2010-2020, анализирайки иновативната политика, стратегия и инициативи на ЕК и Европейската федерация на фармацевтичните индустрии и асоциации (EFPIA). Открояват се ключовите точки в мениджмънта на иновативни фармацевтични продукти „*стратегическа координация, бизнес развитие и инвестиции.*” Съобразявайки се с диагностиката и лечението на различни заболявания, провеждани чрез публично частно партньорство за здравни маркетинг проучвания „*Inovative Medicine Initiative (IMI)*”, авторът разкрива процесно етапите на създаване на продуктови идеи и ноу, развитието и внедряването на иновациите в България (фиг.10, 11).

В тази връзка, би било по успешно материалите в параграфи 2.4 и 2.5. да се структурират в аналитично-визуализиран вид, особено този касаещ SWOT, избягвайки в голяма степен учебно-описателния му характер (60-90 стр.).

ТРЕТА ГЛАВА „Проучване на нагласите за развитие на иновативни фармацевтични продукти в България”, е в обем от 50 стр. (96-144 стр.) и включва два параграфа, прецизно отразяващи цялостното методично маркетингово изследване, прилагайки метода на дълбочинно интервю и визуализирани резултати за пазар България (фиг. 12 до 20) и на здравни специалисти, работещи в 7 градове в Североизточна България (фиг. 21 до 27). На тази основа са предложени пет пакетно систематизирани препоръки, в съответствие с поставените изследователски задачи. При това, следва да подчертаем че поставените и съблюдавани изследователски ограничения имат ключово значение за диагностика на нагласите при въвеждането, развитието и приложението на иновативни фармацевтични продукти в здравеопазването у нас (прил. 1, 2).

Прилагането на концептуалния модел при въвеждане на иновативен фармацевтичен продукт на пазара (фиг. 40), налага разработването на алгоритъм с технологична последователност от дейности и 9 метрични групи, разработени от докторанта, относно: подготвителни дейности, с 6 бр. иновативни активности.; създаване на екип за работа с иновативен продукт с 3 бр.; формулиране на маркетингови и търговски дейности с 8 бр. и дейности за реализация на иновативен продукт – с 10 бр. бизнес активности. Резултатите от приложения алгоритъм, отразени чрез 12 фигури (фиг.№ 28 до № 40) дават основание на докторанта да изведе необходимите препоръки, както на национално, така и на организационно равнище.

Трудът завършва със заключения и използва литература.

Езикът е целево специализиран, съответстващ пряко на изследователската цел и задачи.

Докторантът е ползвал добросъвестно цитираната научна литература (158бр.). В отделни части, тя е силно специализирана. Авторът се откроява с добро познание и ползване, както на класическа, така и на съвременна литература, в т. ч. и е-източници.

Следователно, докторантът Ангелова е разработила дисертация, която има ясно формулиран мениджърски проблем, цел и задачи, предполагащи научно-методичното изследване, анализи и препоръки в здравеопазването;

Креативно е осмислил и разработил, както съществуващите научно-теоретични постановки, така и дисертационните цели и задачи, заемайки становище при последващото им изпълнение;

Познава и правилно прилага ползваната научна литература и научните постижения в изследваната област, като е открил значими нерешени или частично решени проблеми в стратегическия избор и анализ на нагласите в здравеопазването към фармацевтичните продукти в страната;

Систематизирал и аналитично осмислил крайните изследователски резултати, като за една значима част от тях, Ангелова аргументирано извежда авторови позиции относно добри маркетингови решения и практики.

3. Приноси и значимост на разработката за практиката

Приносите могат да се характеризират като методично-приложно доразвиване на маркетинг изследвания и стратегическия избор на нагласи при формирането, поддържането и динамичното моделиране на нагласите във вътрешните таргетирани аудитории, участващи в мениджмънта на здравеопазването у нас, чрез зависимостта им от нагласите на вътрешно таргетирани аудитории във фармацевтичния сектор при развитието на иновативни фармацевтични продукти, прилагани за лечение към най-социално значимите заболявания у нас.

Основните седем приносни моменти, изведени от докторанта Силвия Николаева, обособяваме до следните четири, а именно:

- Въз основа на необходимия теоретико-методичен анализ и класификация на съществуващите работни понятия за „иновация“, се прецизират и доразвиват категориите „иновативни фармацевтични продукти“ и „процес на иновативни фармацевтични продукти“ от позициите на съвременната мениджърска теория и добра практика в здравеопазването и фармацевтиката;
- Предложен и приложен е синергетичен концептуален модел към иновативните фармацевтични продукти, паралелно изследвайки нагласите на специалисти-експерти, както в мениджмънта на вътрешната аудитория във фармацевтичната индустрия, така и този в здравеопазването у нас.
- В практико-приложен план е разработен и верифициран алгоритъм за оценка нагласите към иновативни фармацевтични продукти, генерирани, от гл. т. на осигуряване на здравеопазването в страната като цяло, на целево пазарно, индустриално и терапевтично лидерство;
- Изведени са препоръчителни тенденции за хармонизираност на нагласите между изследваните таргетни групи към иновативните фармацевтични и здравни продукти. Авторовата оценка на тези нагласи възприемаме от гл. т. на синхронизираната компетентност за вече „втечените“, мобилни работни места, изискващи стандартизирана функционална грамотност на съвременните специалисти по продукт/процеси/пазари/ технологии/среда³. В тази насока докторантът подходящо извежда проектна колаборация между бизнес

³ www.21stcenturyskills.org; <https://hbr.org/2013/04/change-management-needs-to-change>. [View in article](#)

активността на експертите „продуктови мениджъри/мениджъри ключови клиенти/ медицински представители и одитори /медицински съветници/ маркетинг координатори” в blockchain/meshnet на фармацевтичния и здравен сектори.

4. Автореферат и публикации

Публикациите по дисертационния труд (автореферат, в обем от 76 стр. и 4 броя публикации в съавторство, като 3 от тях са в реномирани чуждестранни издания) са подходящи по вид и съдържание. Те отразяват ключови моменти от дисертацията.

Липсват самостоятелни публикации, които сериозно препоръчвам .

5. Препоръки и въпроси

В процеса на рецензиране се открояват и проблемни моменти, свързани с успешното разработване и приложение на концептуалния модел за изследване и диагностика на нагласите към иновативните фармацевтични продукти и тяхното приложение в здравеопазването, а именно:

- систематизиране и доразвиване правно-регулаторната осигуреност при внедряване на международни и национални иновативни фармацевтични практики и пациентските нагласи към тях в здравеопазването у нас;
- диференциране и локализации на маркетингова метрика и одиторски маркетингов контрол на иновативните фармацевтичните продукти по територии, пациентски ползи и предпочитания в страната, хармонизирайки ги с Европейската добра практики и стандарти относно оф/он- компетенциите и функционалната грамотност в здравеопазването;⁴
- В някои от множеството разработени параграфи, включени в структурата на дисертацията, са допуснати известни повторения и описателност, което в определена степен авторът би могло да се избегне.

В тази връзка, с цел успешната защита, си позволявам да задам на докторанта следния ключов въпрос: ***”Кои маркетингови метрики в изследваните сектори очертават мениджърски конфликти от нарастващото въздействие на глобалните пиратски, нелегални фармацевтични продукти и какви мобилно-здравни тенденции “mHealth Initiative” предвиждате за ефективни превенции спрямо тази глобална инвазия в пазар България?”***

⁴ <https://www.interpol.int/News-and-media/News/2017/N2017-063>; <http://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/about-us/legal-instruments/declarations/beijing-declaration-1022018.pdf?db=web>.

Критичните бележки, въпроси и препоръки са направени с цел бъдещото кариерно развитие и професионален просперитет на кандидата. Те не намаляват достойнствата на предложения за рецензиране труд.

Следователно, докторантът Силвия Ангелова е разработила дисертация, в която има нови и значими за развитието на *blackchain* практика в здравния мениджмънт в страната въпроси, провеждайки съответните научно-практически изследвания и резултати от тях;

Креативном практико-приложно са осмислени научни постановки и резултати на водещи автори, извеждайки аргументирано становище за кадровото експертно развитие, чрез развитие целите, съдържанието, структурата, обема и честотата на комуникациите в условия на колаборативни секторни мрежи ;

Познава и прецизно използва научната литература и научните постижения в изследваната област, паралелно откроявайки нерешени или частично решени проблеми в иновативната практика на здравеопазването относно иновативните фармацевтични продукти в страната.

Паралелно с това, Силвия Ангелова е с богат практически опит с фармацевтични продукти, прилаган в разнородни и стратегически значими маркетингови практики, което предопределя изследователските й резултати.

Поради горе посоченото, дисертационният труд на тема "Нагласи за развитие на иновативни фармацевтични продукти в България" **за придобиване образователна и научна степен „доктор” отговаря на изискванията** за научно практико-приложно изследване, съобразно изисквания на ЗАДНС и на правилника на неговото приложение в Медицински университет – Варна (МУ – Варна).

6. Заключение

Въз основа гореизложеното, предлагам на специализираното научно жури към Медицински университет – Варна (МУ – Варна) да присъди на Силвия Николаева Ангелова, автор на дисертационния труд „Нагласи за развитие на иновативни фармацевтични продукти в България“ образователната и научна степен „доктор”, в област на ВО “3.0 Социални, стопански и правни науки”, ПН “3.7 Администрация и управление”, научна специалност “Организация и управление извън сферата на материалното производство (в здравеопазването)”.

Рецензент: Проф. д-р. ик. н. Юлия Узунова

/...../

Дата: 15.02.2018