

## АНАЛИЗ НА ОБРАЗОВАНИЕТО И ПОЛА НА ГЕНЕРАЛНИТЕ МЕНИДЖЪРИ НА ВОДЕЩИТЕ ФАРМАЦЕВТИЧНИ КОМПАНИИ В БЪЛГАРИЯ

*Е. Папазян<sup>1</sup>, Е. Григоров<sup>2</sup>, В. Белчева<sup>3</sup>, Хр. Лебанова<sup>1</sup> и И. Гетов<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>Фармацевтичен факултет, МУ – София

<sup>2</sup>Медицински колеж, МУ – Плевен

<sup>3</sup>Факултет по обществено здраве, МУ – София

**Резюме.** Цел на настоящото проучване е да се направи анализ на образованието и пола на генералните мениджъри на водещите фармацевтични компании в България. Обект на нашето изследване бяха водещите 20 компании във фармацевтичния сектор в страната ни и по-специално техният висш ръководен персонал. Приложихме метода на директно интервю с предварително разработен анкетен лист. Получената информация беше обработена и анализирана за целите на проучването. Преобладаващият процент (67%) от висшия мениджмънт са мъже, а жените са 33%. Точно половината от тях 50% са завършили своето висше образование със специалност „Медицина“. На второ място, с 30% от участващите в проучването мениджъри, са хората с икономическо висше образование. Само 10% (две от компаниите) имат ръководители, които са с придобита магистърска степен по фармация. Останалите 10% от хората на висши мениджърски позиции са с друга образователна квалификация и направление на специализацията си. От получените резултати може да бъде направено обобщение и извод, че предпочитани за висшия мениджмънт във фармацевтичните компании са мъжете с висше образование по медицина или икономика.

*Ключови думи:* генерален, мениджър, фармацевтична, компания, образование

## ANALYSIS OF THE EDUCATION AND GENDER OF THE GENERAL MANAGERS OF THE LEADING PHARMACEUTICAL COMPANIES IN BULGARIA

*E. Papazyan<sup>1</sup>, E. Grigorov<sup>2</sup>, V. Belcheva<sup>3</sup>, Hr. Lebanova<sup>1</sup> and I. Getov<sup>1</sup>*

<sup>1</sup>Faculty of Pharmacy, MU – Sofia

<sup>2</sup>Medical College, MU – Pleven

<sup>3</sup>Faculty of Public Health, MU – Sofia

**Summary.** The purpose of this study is to make an analysis of the education and gender of the general managers of the leading pharmaceutical companies in Bulgaria. Object of our study were the leading 20 companies in the pharmaceutical sector in our country and in particular their senior management staff. We applied the method of direct interview with a pre-designed questionnaire form. The

information obtained was subsequently processed and analyzed for research purposes. The overall prevalence (67%) of general managers were men and 33% – female. Exactly half of them (50%) were recent graduates with degree in "Medicine". On the second place – 30% of the surveyed managers were people with economic education. Only 10% (two companies) have hired leaders who had obtained a master's degree in "Pharmacy". The remaining 10 % of the people at the general management position had other type of educational qualifications and different from medical field of specialization. From the results can be summarized and concluded that the preferred senior management in pharmaceutical companies are men with higher education in "Medicine" or "Economics".

*Key words: general, manager, pharmaceutical, company, education*

## **Увод**

*Ако искаш до достигнеш дадена цел,  
трябва всеки ден да се придвижваш по малко към нея.  
Наполеон Бонапарт*

Да бъдеш мениджър във фармацевтична фирма в XXI век е трудна задача [15]. За повечето хора извън тази професия позицията "мениджър" поражда асоциацията единствено за управление с повече или по-малко власт, задължения и отговорности и най-вече управление на определен брой хора, финансови и материални ресурси [1]. Едно от големите предизвикателства пред мениджъра е умението да се мотивират хората за извършване на даден избор или дейност. Познаването на процеса за мотивация на личността е важен елемент в работата на специалистите. чиято дейност е свързана с управлението на човешки ресурси [4]. Управлението на персонала в професията на мениджъра е само един от многобройните аспекти на неговите вменени функции. Освен да ръководи, той трябва и да се грижи за своите подчинени. Особено в сферата на здравеопазването, нуждата от по-широк стратегически подход в мениджърмънта е много ясно изразена, както подчертава проф. В. Борисов през 2004 г. [3].

Мениджърът трябва да е компетентен в областта, в която ръководи, да познава всичко в дълбочина в тази сфера и да има широк миروглед и много богата обща култура. Необходимо е също да има отлични познания за работа с интернет ресурсите [14]. Тези качества са жизнено необходими и при управлението на подчинените за поглед в по-широк мащаб, и при контакта с партньори и контрагенти за скъсяване на дистанцията [2]. Изключително важно за фармацев-

тичните компании и техните мениджъри е да познават добре своите потребители (target audience). По този начин те могат да бъдат в точния момент на правилното място, за да може тяхното послание да има максимален ефект [9]. Всички тези качества и умения се постигат преди всичко по пътя на образованието. Съществуват и специализирани магистърски програми за лица с медицинско образование, които позволяват доразвиване на мениджърските способности. В това отношение магистърската програма по фармация предлага много добра основа на успешно завършващите. По време на обучението има няколко предмета, които дават теоретична и практическа основа на студентите за мениджмънта, а също така единият от държавните изпити е по „Социална фармация и фармацевтично законодателство” [10].

Не съществува точна формула “как се става добър мениджър”. Всеки мениджър трябва сам да я изведе за себе си. Известно е, че официалното ръководство е умението да изпълниш задачата чрез другите хора, а лидерството – да ги накараш да поискат да изпълнят задачата. Без добър мениджмънт дейността на организацията би станала хаотична, което би застрашило самото ѝ съществуване. Лидерството е справяне с промяната или търсене на промяната [12].

Фармацевтичният мениджмънт е подобласт на здравния мениджмънт [13], който пък може да бъде определен като процес на целенасочено въздействие за осигуряване на ефективно функциониране на здравната система, при съгласуваност на всички нейни подсистеми и процеси, чрез намаляване на ентропията. Целта е задоволяване на здравните потребности на населението при налични ресурси и в конкретна среда [5].

Екипите са неделима част от съвременния мениджмънт. В продължителен период от развитието на управлението фокусът е върху установяването на устойчива среда, традиционни роли и рутинни операции [11]. Готовността за промяна е предпоставка за успешен мениджмънт. В съвременната бизнес среда, характеризираща се с непредсказуеми, радикални промени, здравният мениджър е изправен пред необходимостта да притежава гъвкаво мислене, стратегически подход и готовност за светкавична промяна [2]. Според изтъкнатия учен в областта на здравния мениджмънт проф. Ц. Воденичаров актуалните изисквания и значимостта на извършващата се здравна реформа в нашето здравео-

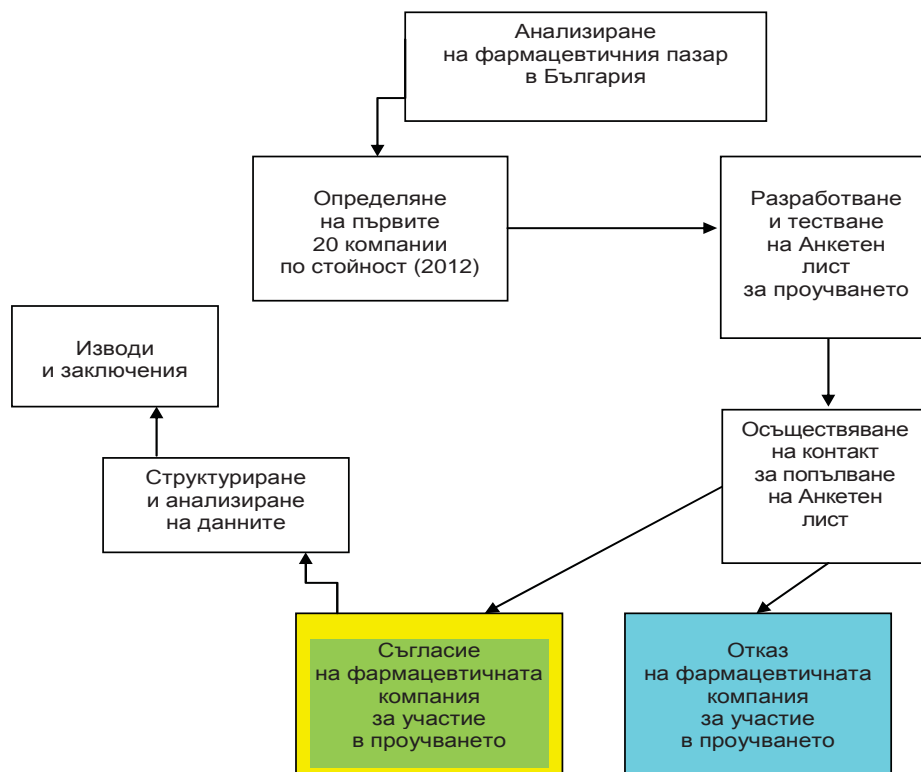
пазване изискват нова генерация здравни мениджъри като носители на промяната и предприемаческия дух [6, 7]. За съжаление различни анализи, както и емпирични проучвания, сочат красноречиво, че съществува дефицит на управленска и лидерска компетентност в звената на цялата здравна система в България [8].

## Цел

Цел на представеното проучване е да се направи система-тизиран анализ на образованието и пола на генералните мениджъри на водещите фармацевтични компании в България.

## Материал и методи

Обект на проучването бяха водещите 25 фармацевтични компании в България и техният висш ръководен персонал. Приложихме метода на директно интервю с предварително разработен анкетен лист. Поради голямата заетост на мениджърския персонал анкетният лист беше разработен така, че да е достатъчно кратък, за да осигури събиране на информацията от всички респонденти [16]. Получената информация впоследствие беше обработена и анализирана за целите на проучването.



Фиг. 1. Методология на проучването

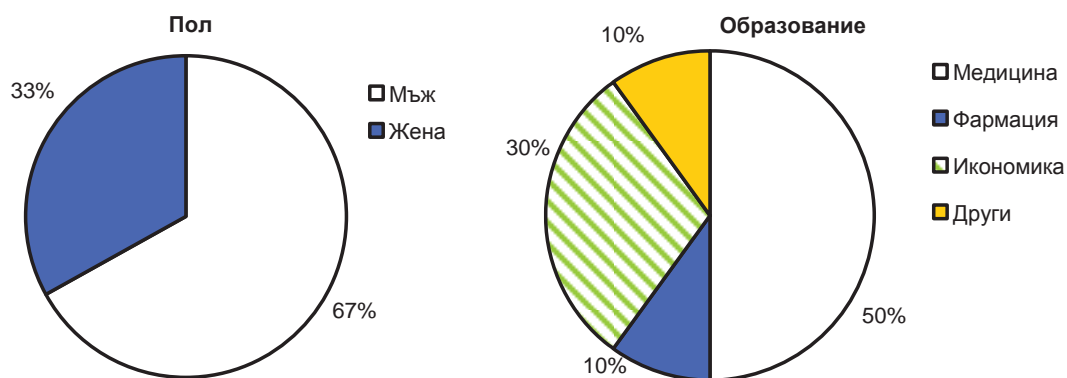
## Резултати

От генералните мениджъри на фармацевтични компании в страната ни, с които нашият екип контактува, 21 се съгласиха да участват в проучването и 4 ни отказаха. Нивото на получаване на отговори бе 84%. Привеждаме данни за разделението по пол и образование на висшия мениджмънт във фармацевтичните компании.

**Таблица 1. Разпределение на мениджърите в проучените от нас компании по образование и пол**

Фирми	Име	Образование	Пол
Novartis Pharma Services	Х. Т.	Медицина	мъж
Roche	М. Ч.	Медицина	мъж
GlaxoSmithKline	И. П.	Икономика	жена
Sanofi	С. Б.	Медицина	мъж
Servier	Ж. Р.	Фармация	мъж
AstraZeneca	З. П.	Фармация	жена
Pfizer	К. Д.	Икономика	мъж
Bayer	М. Ш.	Медицина	мъж
Astellas	Д. Д.	Медицина	мъж
Abbott	Я. К.	Медицина	мъж
Amgen	К. Ч.	Медицина	жена
Ely Lilly	Н. О.	Медицина	жена
Boaron	Д. Г.	Медицина	мъж
Actavis	И. П.	Инженер-химик и индустриален мениджмънт	мъж
Sopharma	О. Д.	Икономика	мъж
Unipharm	О. П.	Икономика	мъж
Zentiva	К. Р.	Медицина	мъж
Adipharma	Н. Р.	Инженер	жена
Borola	В. П.	Медицина	жена
Sandoz	Г. Д.	Икономика	мъж
TEVA	Н. Х.	Икономика	мъж

След направен анализ на данните за 21 фармацевтични компании и техните генерални мениджъри за нашата страна се получиха следните резултати (фиг. 2).



**Фиг. 2.** Графично представяне на резултатите от проведеното проучване

Преобладаващият процент (67%) от висшия мениджмънт са мъже, жените са 33%. Точно половината от тях 50% са завършили своето висше образование със специалност „Медицина“. На второ място, с 30% от участващите в проучването мениджъри, са хората с икономическо висше образование. Само 10% (две от компаниите) имат ръководители, които са с придобита магистърска степен по фармация. Останалите 10% от хората на висши мениджърски позиции са с друга образователна квалификация и направление на специализацията си.

### Обсъждане

Независимо от развитието на фармацевтичното образование и нарастващите възможности за магистър-фармацевта, все още високите ръководни постове се предоставят на лекари, обикновено с допълнителна икономическа и мениджърска квалификация. Те са предпочитани, от една страна, поради по-задълбоченото познаване на болестите и тяхното лечение. Допълнителен аргумент към това предимство е, че основните бизнес партньори са медиците в съответната страна. Друг фактор е, че лекарите се ползват с по-висок обществено-социален авторитет от магистър-фармацевтите.

### Изводи

От получените резултати може да бъде направено обобщение и извод, че предпочитани за висшия мениджмънт във фармацевтичните компании са мъжете с висше образование по медицина или икономика. Придобиването на образователна степен магистър по здравен мениджмънт ще позволи на ръководните

кадри да изследват и анализират различни управленски и икономически проблеми в здравната сфера и да отговорят на специфичните изисквания в здравеопазването.

### **Библиография**

1. Ангелов, А. Основи на мениджмънта. С., Тракия-М, 1998, 352.
2. Балканска, П. Психологични подходи в здравния мениджмънт. С., Булвест 2000, 2009, 163.
3. Борисов, В. Стратегически здравен мениджмънт – философия и практика. С., Филвест, 2006, 320.
4. Валентинова, Цв. Управление мотивацията на персонала. – Здр. менидж., 2007, № 4, 40-41.
5. Винарова, Ж. и П. Михова. Здравната информация като социален регулатор. С., изд. „З. Стоянов”, 2013, 316.
6. Воденичаров, Ц. 7-те разлики между медика и мениджъра. С., ДАК, 2003, 75 с.
7. Воденичаров, Ц. 10-те принципа на медика и мениджъра. С., Симел-прес, 2010, 145 с.
8. Димитров, Д. и А. Жеков. Проблеми на професионалната мотивация на здравните мениджъри. – Здр. полит. и менидж., **9**, 2009, №1, 21-24.
9. Манолов, Д., И. Гетов и Е. Григоров. Фармацевтичен онлайн маркетинг: настояще и бъдещи тенденции. – Здр. полит. и менидж., **11**, 2011, № 6, 35-39.
10. Петрова, Г. и др. Социална фармация и фармацевтично законодателство. С. Инфофарма, 2010, 368.
11. Хаджиев, К. Нови измерения на екипния подход. – Диалог, 2012, № 4, 1-27.
12. Isenberg, D. J. How senior managers think. – Harv. Business Rev., 1984, № 6, 81-90.
13. Itkar, S. Pharmaceutical Management. Nirali Prakashan, 2008, 220.
14. Lebanova, H., I. Getov et E. Grigorov. Practical tool to assess reliability of web-based medicines information. – Med. Glas. (Zenica), **11**, 2014, № 1, 221-227.
15. Shah, B. A Textbook of Pharmaceutical Industrial Management. Delhi, Elsevier Health Sciences, 2012, 462.
16. Shtereva, D., T. Dineva-Simidchieva et E. Naseva. Opinion research methodology: observation of the opinion of the hospital management personnel on the hospital financing in Bulgaria in term of health care reform and economic crisis. – J. Int. Sci. Publ. Econ. Business, **7**, 2013, № 1, 231-240.

✉ **Адрес за кореспонденция:**

Гл. ас. маг.-фарм. Евгени Григоров  
Факултет по обществено здраве  
Медицински колеж  
ул. „Св. Кл. Охридски” № 1  
5800 Плевен  
e-mail: evgeni.grigorov@gmail.com

Постъпила – 22 май 2014 г.