Заключение диссертационного совета ДСУ 208.002.01 ФГАОУ ВО Первый Московский государственный медицинский университет им. И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет) по диссертации на соискание ученой степени кандидата фармацевтических наук

Аттестационное дело № 74.01-24/86-2021

Решение диссертационного совета от «23» июня 2021 года, протокол № 17

О присуждении Бен Саид Юнис Бен Нуреддин, гражданину Тунисской Республики, ученой степени кандидата фармацевтических наук.

Диссертация «Разработка методических подходов к использованию маркетинговых технологий продвижения лекарственных средств на розничном фармацевтическом рынке Саудовской Аравии» в виде рукописи по специальности 14.04.03 – Организация фармацевтического дела, принята к защите «19» мая 2021 года (протокол заседания № 11) диссертационным советом ДСУ 208.002.01 на базе федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет) (далее – ФГАОУ ВО Первый МГМУ им. И.М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет)), 119991, г. Москва, ул. Трубецкая, дом 8, строение 2 (Приказ ректора № 0454/Р от 28.05.2020 г.).

Бен Саид Юнис Бен Нуреддин, 1992 года рождения, в 2015 году окончил Университет Короля Сауда (Эр-Рияд, Королевство Саудовская Аравия), факультет фармации по специальности «Фармация», квалификация «Провизор».

В 2017 году Бен Саид Юнис Бен Нуреддин окончил магистратуру на кафедре Промышленной фармации Института профессионального образования ФГАОУ ВО Первый МГМУ им. И. М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет),

направление подготовки - Общественное здравоохранение, направленность - Интегрированная разработка лекарственных средств.

С 2017 года являлся соискателем кафедры промышленной фармации Института профессионального образования ФГАОУ ВО Первый МГМУ им. И. М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет).

Диссертация выполнена на кафедре промышленной фармации Института профессионального образования ФГАОУ ВО Первый МГМУ им. И. М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет).

Научный руководитель:

Пятигорская Наталья Валерьевна - доктор фармацевтических наук, профессор, Институт профессионального образования ФГАОУ ВО Первый МГМУ им. И. М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет), заведующий кафедрой промышленной фармации.

Официальные оппоненты:

1. **Лаврентьева Лариса Ивановна** – доктор фармацевтических наук, доцент, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Ярославский государственный медицинский университет» кафедра управления и экономики фармации, заведующий кафедрой

2. **Лагуткина Татьяна Петровна** - доктор фармацевтических наук, профессор кафедры управления и экономики фармации медицинского института, профессор, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Российский университет дружбы народов» (РУДН) кафедра менеджмента и маркетинга в фармации факультета непрерывного медицинского образования, профессор кафедры – дали положительные отзывы на диссертацию.

Ведущая организация: Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный медицинский университет» Минздрава России (ФГБОУ ВО «СамГМУ» Минздрава России), г. Самара, в своем положительном заключении, составленном доктором фармацевтических наук, заведующим кафедрой управления и экономики фармации

ФГБОУ ВО «СамГМУ» Минздрава России, доцентом Петрухиной Ириной Константиновной, указала, что диссертация Бен Саид Юнис Бен Нуреддин «Разработка методических подходов к использованию маркетинговых технологий продвижения лекарственных средств на розничном фармацевтическом рынке Саудовской Аравии» на соискание ученой степени кандидата фармацевтических наук является самостоятельным, законченным научно-квалификационным исследованием. В работе решена важная задача по совершенствованию процесса продвижения лекарственных средств в розничном секторе фармацевтического рынка Королевства Саудовской Аравии. Диссертация соответствует паспорту специальности 14.04.03 – Организация фармацевтического дела. По актуальности темы, методическому уровню, объему проведенных исследований, их объективности, практическому значению работа соответствует требованиям п. 16 Положения о присуждении ученых степеней в ФГАОУ ВО Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет), утвержденного приказом ректора от 31.01.2020 г. № 0094/Р, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор Бен Саид Юнис Бен Нуреддин заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата фармацевтических наук по специальности 14.04.03 – Организация фармацевтического дела.

На автореферат диссертации поступили отзывы: доктора фармацевтических наук, профессора, заведующего кафедрой фармации института дополнительного профессионального образования Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Башкирский государственный медицинский университет» Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Уфа, Катаева Валерия Алексеевича; доктора фармацевтических наук, и.о. заведующего кафедрой фармации Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Российский национальный исследовательский медицинский университет имени Н.И. Пирогова» Министерства здравоохранения Российской Федерации, г. Москва, Крашенинникова Анатолия Евгеньевича; кандидата

фармацевтических наук, исполнительного директора Союза «Национальная Фармацевтическая Палата», г. Москва, Неволиной Елены Викторовны.

Отзывы положительные, критических замечаний не содержат.

Выбор официальных оппонентов обосновывается тем, что оппоненты являются известными специалистами в данной области и имеют публикации в рецензируемых журналах. Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Самарский государственный медицинский университет» Минздрава России, г. Самара, выбрано в качестве ведущей организации в связи с тем, что одно из научных направлений, разрабатываемых данным учреждением, соответствует профилю представленной диссертации.

По теме диссертации опубликованы 11 научных работ, общим объемом 5,1 печатных листа, из них 3 статьи в изданиях, рекомендуемых ВАК Минобрнауки РФ, 2 из которых в журналах, индексируемых в международных базах цитирования PubMed и Web of Science.

Наиболее значимые работы по теме диссертации:

1. Бен Саид, Ю. Распространенность и эффективность разных видов рекламы и PR-инструментов, используемых в аптеках Королевства Саудовская Аравия / **Ю. Бен Саид**, Н.В. Пятигорская // **Ремедиум.** – 2020. - №7-8. – С.70-78.
2. Ben Said, Y. Prevalence and Perceived Effectiveness of Pharmaceutical Digital Marketing among Community Pharmacies in Saudi Arabia: A Cross-Sectional Questionnaire-Based Survey / **Y. Ben Said**, N.L. Bragazzi, N.V. Pyatigorskaya // **Pharmacy MDPI**. – 2020. - 8(1). – p.p.9-18.

Диссертационный совет отмечает, что на основании выполненных соискателем исследований:

разработаны новые методические подходы к оптимизации процесса продвижения лекарственных средств в розничном секторе фармацевтического рынка на основе исследования степени распространенности и коммуникативной эффективности маркетинговых инструментов и технологий;

предложены методика выбора инструментов продвижения безрецептурных лекарственных средств в розничном секторе фармацевтического рынка, основанная на результатах оценки распространенности и коммуникативной эффективности и устранении между ними разрывов; методика выбора маркетинговой технологии продвижения безрецептурных лекарственных средств с учетом фармакотерапевтической группы лекарственного средства и социально-культурных и демографических характеристик потребителей лекарственных средств;

доказаны достоверная зависимость коммуникативной эффективности маркетинговых технологий продвижения от фармакотерапевтической группы продвигаемого лекарственного средства; достоверное влияние демографических и социально-культурных характеристик потребителей на коммуникативную эффективность маркетинговых технологий продвижения безрецептурных лекарственных средств разных фармакотерапевтических групп в розничном секторе фармацевтического рынка КСА;

введены новые модели эффективного использования в розничном секторе фармацевтического рынка Саудовской Аравии маркетинговых технологий продвижения безрецептурных лекарственных средств с учетом фармакотерапевтической группы ЛС и социально-культурных и демографических характеристик потребителей; схема-перечень основных маркетинговых инструментов и технологий продвижения, используемых в розничном секторе фармацевтического рынка.

Теоретическая значимость исследования обоснована тем, что:

доказаны целесообразность исследований по развитию теоретико-методических основ продвижения фармацевтической продукции в розничном секторе фармацевтического рынка; применимость методики выбора инструментов продвижения безрецептурных лекарственных средств в розничном секторе фармацевтического рынка, основанной на оценке распространенности и коммуникативной эффективности и устранении между ними разрывов; применимость методики выбора маркетинговой технологии продвижения с учетом

социально-демографических факторов и фармакотерапевтической группы лекарственного средства;

применительно к проблематике диссертации результативно использован комплекс базовых методов исследования, в том числе: методы социологических исследований, контент-анализ, документальный анализ, методы систематизации и обобщения данных, сравнительно-аналитический анализ, графический анализ, статистические методы анализа (однофакторный дисперсионный анализ (ANOVA), метод наименьших значимых различий Фишера (LSD), тест Шеффе);

изложены аргументы научно-практической необходимости в разработке современных методов оптимизации процесса продвижения лекарственных средств в розничном сегменте фармацевтического рынка на основе использования эффективных маркетинговых технологий; теоретико-методические аспекты использования основных маркетинговых технологий продвижения в розничном секторе фармацевтического рынка; специфические черты фармацевтического рынка и нормативно-правовой регуляции процесса продвижения фармацевтической продукции в Королевстве Саудовская Аравия;

раскрыты качественные разрывы между распространенностью и коммуникативной эффективностью маркетинговых инструментов продвижения в розничном секторе фармацевтического рынка КСА; зависимость коммуникативной эффективности маркетинговых технологий продвижения от фармакотерапевтической группы лекарственнного средства; влияние социально-культурных и демографических характеристик потребителей на коммуникативную эффективность маркетинговых технологий продвижения безрецептурных лекарственнных средств разных фармакотерапевтических групп;

изучены распространенность маркетинговых инструментов продвижения безрецептурных ЛС на основе мнений разных участников процесса продвижения (конечных потребителей ЛС; провизоров-сотрудников аптек; торговых представителей фармацевтических компаний); коммуникативная эффективность маркетинговых инструментов и технологий продвижения безрецептурных лекарственных средств разных фармакотерапевтических групп на основе мнений

конечных потребителей ЛС в розничном секторе фармацевтического рынка Королевства Саудовская Аравия;

проведена модернизация существующих методов выбора маркетинговых инструментов и технологий продвижения и основных направлений оптимизации процесса продвижения безрецептурных ЛС в розничном секторе фармацевтического рынка КСА.

Значение полученных соискателем результатов исследования для практики подтверждается тем, что:

разработаны и внедрены в практическую деятельность нескольких фармацевтических организаций Саудовской Аравии методические рекомендации, позволяющие фармацевтическим предприятиям и аптечным организациям использовать маркетинговые технологии продвижения, обладающие наибольшей коммуникативной эффективностью, что может способствовать сокращению маркетинговых затрат и, в конечном итоге, снижению стоимости фармацевтического продукта для потребителя; материалы диссертационного исследования внедрены в учебный процесс кафедры Промышленной фармации ФГАОУ ВО Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет), могут быть использованы при подготовке специалистов в области фармацевтического маркетинга;

определены перспективы практического использования разработанных методических подходов к использованию технологий продвижения лекарственных средств фармацевтическими организациями; перспективы использования полученных результатов органами управления, принимающими решения в области регуляторной политики продвижения фармацевтической продукции в КСА;

созданы модели эффективного использования в розничном секторе фармацевтического рынка КСА маркетинговых технологий продвижения безрецептурных ЛС с учетом фармакотерапевтической группы ЛС и социально-культурных и демографических характеристик потребителей;

представлены методические рекомендации по оценке коммуникативной эффективности маркетинговых инструментов продвижения безрецептурных лекарственных средств в аптеке и по методике использования маркетинговых технологий продвижения безрецептурных лекарственных средств с учетом их фармакотерапевтической группы и социально-демографического профиля потребителя.

Другие научные достижения, свидетельствующие о научной новизне и значимости полученных результатов: впервые в розничном секторе фармацевтического рынка КСА исследованы распространенность и коммуникативная эффективность маркетинговых инструментов продвижения; зависимость коммуникативной эффективности продвижения от фармакотерапевтической группы ЛС, от социально-демографических факторов; сформулированы основные направления оптимизации процесса продвижения безрецептурных лекарственных средств в розничном секторе фармацевтического рынка Королевства Саудовская Аравия.

Оценка достоверности результатов исследования выявила:

результаты экспериментальной части работы получены при помощи методов социологического исследования (анкетирование, экспертная оценка) с участием разных субъектов процесса продвижения лекарственных средств в розничном секторе фармацевтического рынка (конечные потребители, провизоры-сотрудники аптек, торговые представители фармацевтических компаний) в аптечных организациях г.Эр-Рияд (Саудовская Аравия);

теория построена на базовых положениях теории маркетинга, теории социологических исследований, согласуется с современными трудами ведущих ученых в области фармацевтического продвижения, с опубликованными российскими и зарубежными научными исследованиями по теме диссертационной работы, нормативно-правовой базой регулирования продвижения фармацевтической продукции;

идея базируется на анализе и обобщении передового опыта исследований российских и зарубежных ученых, анализе действующих нормативных документов и собственных экспериментальных исследованиях;

использованы научно обоснованные методы исследования, репрезентативная выборка, достаточный объем эмпирических и статистических данных, современные научные методики сбора и обработки первичной информации с применением программного обеспечения Statistical Package for Social Sciences (SPSS for Windows, version 26.0, IBM, Armonk, NY, USA).

Личный вклад соискателя состоит

в выполнении всех этапов диссертационного исследования: определения цели, задач, методологии исследования, сбора и обработки экспериментальных данных, интерпретации, апробации, внедрении результатов исследования, написания научных публикаций, автореферата и текста диссертации. Материалы и результаты диссертационного исследования имеют существенное значение для совершенствования специальности 14.04.03 – Организация фармацевтического дела.

Диссертация не содержит недостоверных сведений об опубликованных соискателем ученой степени работах, в которых изложены основные научные результаты диссертации, и полностью соответствует требованиям п. 16 Положения о присуждении ученых степеней в федеральном государственном автономном образовательном учреждении высшего образования Первый Московский государственный медицинский университет имени И.М. Сеченова Министерства здравоохранения Российской Федерации (Сеченовский Университет), утвержденного приказом ректора от 31.01.2020 г. № 0094/Р, предъявляемым к кандидатским диссертациям.

При проведении открытого голосования диссертационный совет в количестве 18 человек, присутствовавших на заседании, из них 5 докторов наук по специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 26 человек, входящих в состав совета, утвержденного приказом ректора, проголосовали: «за» - 18, «против» - нет. На заседании «23» июня 2021 года

диссертационный совет принял решение присудить Бен Саид Юнис Бен Нуреддин учёную степень кандидата фармацевтических наук.

Председатель диссертационного совета
доктор фармацевтических наук, профессор И.И. Краснюк

Ученый секретарь диссертационного совета
доктор фармацевтических наук, профессор Н.Б. Демина

«24» июня 2021 года