



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

РЕЦЕНЗИЯ

От проф. д-р Милен Иванов Балтов

Бургаски свободен университет – Бургас

Относно: Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки, по професионално направление 3.7. Администрация и управление (Бизнес администрация)

Автор на дисертационния труд: Илиян Илиев Костов

Тема на дисертационния труд: Управление на комуникационния процес и дигитализацията на ортодонтските дентални услуги

Научни ръководители: проф. Миланка Славова и проф. Лалка Борисова

Основание за представяне на рецензията: Участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд, съгласно Заповед № 228 /02.12.2025 г. на Ректора на МВБУ – Ботевград.

I. Обобщени данни за научната продукция и дейността на кандидата

1. Справка за кандидата

Илиян Костов е докторант в свободна форма на обучение, съгл. Заповед № 116 от 05.06.2023 г. На Ректора на МВБУ. Завършил е магистърска специалност „Бизнес администрация и иновации в здравеопазването“ през 2022 г. в МВБУ, защитава дипломна работа на тема: „Дигитален маркетинг на денталните услуги и дигитално трансформиране на сектора“ с отличие. Работил е в международни компании. Преподава дисциплини на английски език.

Развитието на творческата биография на докторанта красноречиво показва концентрация на изследователската дейност в добре структурирано направление в сферата на дигитализацията на ортодонтските услуги. Владее свободно писмено и говоримо английски и френски език.

2. Актуалност на темата и принос към научната област

Темата е **актуална**, тъй като интегрирането на дигитални технологии и комуникационни системи в денталната медицина е ключов фактор за развитието на сектора. Авторът обосновава важността на проблема чрез:

- Нарастващото значение на дигиталната трансформация в здравеопазването;
- Промяната в пациентските очаквания;
- Конкуrentния натиск между денталните практики;
- Включването на AI, CAD/CAM, 3D сканиране и дигитални маркетингови канали в ортодонтията.

Дисертацията допринася за **интердисциплинарния синтез** между управление, маркетинг, дигитални технологии и дентална медицина. Изследването има практическа насоченост и адресира реални управленски проблеми на денталните клиники – дигитализация на процеси, оптимизация на комуникациите, повишаване на конкурентоспособността.

3. Структура и логика на дисертацията

Трудът е структуриран в увод, три глави, заключение, литературни източници (назлежно цитирани в текста) и приложения. Структурата е **логична, последователна и съответства на академичните изисквания**. Изследователската логика и структурата на дисертацията са добре изградени. При структурирането се спазва традиционния подход за написването на подобен труд – **първо** се изясняват теоретическите постановки по темата, на **второ място** се прави собственото проучване, данните от него са анализирани, разкриват се възможностите и се правят предложения за усъвършенствания. На **трето място** – изводи и препоръки, иновативни техники на денталните услуги в дигитална среда. **Обектът и предметът** на проучване са сполучливо избрани, тъй като авторът има достатъчно наблюдения в тази сфера и желание за промяна. Посочени са ограничения на изследването.

В Глава I Теоретико-методически основи, докторантът очертава концептуалната рамка: дигитализация, дигитална трансформация, дигитален маркетинг, процесни и продуктови иновации, AI, роботика, комуникационен процес в здравеопазването. Прегледът е обширен и интегрира много съвременни източници. Разглежда се специализираната литература по темата, въпроси, като същността на дигиталната трансформация на денталната услуга, дигиталният маркетинг като направление на дигитална трансформация и възможностите това да се приложи в конкретната дентална клиника, управлението на комуникационния процес в денталната медицина, методологията на изследването, изводи от анализа. Изяснена е същността на значението и необходимостта от тяхната ефективност. Акцентира се на ролята на лекаря в този неравнопоставен процес, където определящо е мнението на лекуващия лекар при вземане на лечебните решения. Систематизирани са компетенциите, които денталният лекар трябва да познава и да спазва правилата за добра комуникативна практика. Авторът в анализа се спира и на вътре екипното общуване, което преминава през административните разпорежданията, инструкциите, заповедите, справките, отчетите, провежданите разговори по

различни професионални въпроси, заседанията, и други форми на вътрешни бизнес комуникации.

В резултат на анализа и теоретичните постановки, авторът прави обоснован извод, че доброто ортодонтско лечение изисква съчетаване на психо-медицински подход и баланс при обслужването. Въздействие оказва не само качеството на услугата, но и структурата на клиниката и културата на обслужване, както и необходимостта при позиционирането на денталния бизнес пазар винаги да се разглежда в динамика.

В Методология и емпирично проучване се обосновава прилаганата методология в разработката. За изследването са използвани най-общо три вида методи – теоретичен (преглед на научната литература, разкриващ възникването, развитието и значението на проблема), теоретико-практически (осигуряващ информация за дигитализация на услугите в практиката на денталната клиника и комуникациите с пациентите и емпиричен метод (осигуряващ получаването и анализирането на информация, която е събрана с анкетни карти, съдържащи отговори на въпроси на респондентите).

Анкетният метод заема централно място в изследването. Целта на неговото прилагане е събиране на информация от определена група респонденти. Методът на анкетното проучване се прилага, както по отношение на ръководителите, така и по отношение на изпълнителите. Фокусира се върху комуникационните променливи в организацията, като: информационен обем, източници на информация, действия на членовете на организацията, комуникационни канали и мрежи. С цел измерване на резултатите от комуникационния процес се артикулира нивото на ефективност, както и удовлетворението на членовете ѝ от провежданите комуникации. Основното му предимство е фактът, че е ограничен в степента до която измерва мислите и чувствата на респондентите. Направени са обобщаващи изводи по съдържанието на Първа глава.

В Глава II Представяне на обекта на проучване и емпирично изследване се включва описание на клиниката, методологията и анкетни проучвания сред пациенти и дентални специалисти. Това е силната практическа част, която дава реална основа за стратегически изводи. Докторантът прави преглед на дейността, управлението и комуникациите в обекта на проучване. Обосновава значението на денталните практики като част от здравната система, в които работят лекари по дентална медицина (по възможност с конкретна специалност), обучени дентални асистенти, дентални зъботехници, лаборанти, помощен персонал (санитари, регистратори), хора осъществяващи счетоводна, административна помощ, IT специалисти и при необходимост други. Тези практики са изцяло частно организирани и финансирани, тяхното развитие е свързано с отваряне на нови работни места и са част от цялата икономика на страната.

Процесите в денталната клиника са дигитализирани – дигитализиран е етапът на диагностика и анализ, дигитално се създават проектите за апарати, дигитално се управляват процесите за изработка на апаратите, чрез фрезозване или принтиране, поддържа се дигитална система на архивиране. В Специализираната ортодонтска клиника лечението протича през няколко фази, които са ясно формулирани и

описани дейностите в тях. Следващият поглед напред на Клиниката е към изграждане на екологична практика. Според автора на разработката, съвременните дентални грижи трябва да се предоставят чрез модерни технологии, ориентирани към пациента. Дигитализацията и използването на изкуствен интелект играят важна роля в процесите на консултация, диагностика и обучение. Акцентираща се на бъдещето използване в денталната практика на AI, технологичните процеси с 3D принтирането, биопринтирането и сканирането на лица, с което се отваря ниша за повишаване възможностите и търсенето на естетичните възстановявания в денталната медицина и в частност ортодонтията.

Когато се говори за дигитализация, няма как да не се коментира и ролята на социалните мрежи. Екипът периодично провежда анкета на пациенти за тяхната нагласа относно комуникацията им с денталния лекар през социалните медии (Фейсбук, Месинджър, като последователи в Истаграм, Тик-Ток и други). Описват се и анализират резултатите от проведеното емпирично проучване. Респондентите са разделени на две групи. В първата анкета са включени три различни групи респонденти (дентални лекари, студенти по дентална медицина и пациенти), докато във втората анкета отговор са дали само пациенти, които са различни от пациентите участвали в първата анкета. Отговорите са графично представени, анализирани, направени изводи и препоръки. Доказани са работните хипотези, решени са формулераните задачи.

В Глава III Управленска и маркетингова стратегия, авторът разработва конкретна визия за дигитализация, маркетингови решения, оптимизация на комуникацията и управленски препоръки. Налице е висока приложимост. Обобщава се значимостта и приноса на разработката, както за научната теория за дигитализация на медицинските дентални услуги, така и за практиката на денталните клиники. От направеният анализ може да заключи, че съществува голяма не запълнена ниша за обучение и тренинг на денталните специалисти в сферата на бизнес планирането, управлението и участието във външно финансирани проекти. Модернизиране на денталните практики следват бизнес правилата валидни за всички сфери на икономиката, но съобразени с изключенията, свързани с хуманността и емпатията.

Установява се, че развитието на практиките трябва да следват нагласите на новите поколения за типа на общуване и обслужване, да предлага услугите по начин приемлив за всеки потребител (традиционно и виртуално). От направения анализ на резултатите от изследването се налага извода, че развитието на една дентална клиника е резултат от взаимосвързани процеси: дигитално ново ниво на мислене и прилагане на лечебните стратегии и нови концепции за общуване и комуникация с настоящи и бъдещи пациенти, до които трябва да достигне информацията за новото поколение на медицинско обслужване. Ролята на лекарите и мениджърите е да намерят баланса между тези процеси и да работят без преминаване на етичните граници със силата на дигиталният маркетинг върху обществото. С това се доказва формулираната теза на дисертационното изследване, че *управлението на дигитализацията и използването в основните лечебни процеси на AI, а също и навлизането на социалните медии в комуникациите с пациентите, са възможност*

за постигане на конкурентоспособност и увеличаване потенциала на една дентална ортодонтична клиника.

4. Оценка на научната достоверност и методологията

Дисертантът прилага анализ на литературата, анкетно проучване, статистически анализ (spss и excel), индукция и дедукция, сравнителен анализ, наблюдение. Методологията е **коректно подбрана** за изследване с управленска и маркетингова насоченост.

Формирани са две хипотези, които са ясно свързани с дигитализацията като стратегически фактор, както и с ролята на социалните медии в комуникацията. И двете хипотези са **емпирично проверени** чрез анкетните данни и теоретичния модел.

Анкетата е добре структурирана и покрива: удовлетвореност на пациентите, цифрови навици на потребителите, възприемане на дигитални услуги. Включват се също и ефективност на различни канали за комуникация и маркетингова реакция на целеви групи. Извадката е **представителна за конкретната практика**, макар че би могла да бъде по-голяма за обобщения на национално ниво.

5. Научни приноси

От съдържанието могат да бъдат формулирани следните приноси:

Теоретичните приноси включват систематизация на понятията „дигитализация“, „дигитална трансформация“, „дигитален маркетинг“ в контекста на денталната медицина. Паралелно се изяснява ролята на AI, CAD/CAM и роботизацията в ортодонтията. Анализират се комуникационните парадигми в медицинската практика.

Научно-приложните приноси са разработване на модел за дигитализация на ортодонтична клиника и формулиране на стратегия за дигитален маркетинг, приложима за реални практики. Така също анализът на пациентските нагласи към дигитални услуги и конкретни препоръки за управление на комуникациите. Практическите приноси включват предложения за оптимизация на работните процеси, определяне на стратегия за позициониране на денталната практика и визия за интегриране на ai и цифрови инструменти.

Приносите са **значими и ясно аргументирани**, а практическата насоченост е висока.

6. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът има необходимите публикации по дисертацията – самостоятелна студия и три статии в съавторство. Препоръчвам да публикува научни периодични издания с импакт фактор, реферирани в световни бази данни.

7. Оценка на Автореферата

Трябва да отбележа, че докторантът коректно представя съдържанието на дисертацията в предложения Автореферат. Справката за приносите правилно представя научните постижения в дисертацията.

8. Критични бележки и препоръки

Настоящият дисертационен труд е на ниво, но ще е ценно за докторантът да се запознае със следните мои бележки и препоръки:

- Трудът е **много обемен** и на места се наблюдава пренасяне с цитати и теоретични разширения. Можеше да бъде по-синтезиран.
- На места терминологията се припокрива или повтаря („цифровизация“, „дигитализация“, „трансформация“) – препоръчва се стриктно разграничаване.
- Литературата е богата, но може да се структурира по-строго – по теми, направления и автори.

Отправлям следния въпрос към докторанта: Как научно може да се формулира доверието в комуникацията пациент - лекар? Как се изгражда то в обекта на изследване?

9. Заключителна оценка

Дисертационният труд е **актуален, значим и интердисциплинарен**; съдържа **солидна теоретична рамка**; прилага **качествена емпирична методология**; предлага **практически приложими управленски решения**; демонстрира висока компетентност на автора в областите: дентална медицина, управление, маркетинг, дигитални системи.

Критичните бележки не намаляват цялостната научна стойност и приложимост на труда.

10. Заключение

В **заключение** може да се каже, че дисертацията е цялостно, добросъвестно научно изследване в актуална и значима научна област, съдържа научни приноси в няколко тематични направления. Дигитализацията има прости и измерими цели: да привлече нови пациенти и да се поддържа връзка със съществуващите.

Докторантът познава достатъчно добре основната литература по темата, може ясно да формулира изследователски проблеми, да анализира, систематизира и да осмисля класическите и новите теории и концепции, да конструира изследователски апарат, да провежда емпирично изследване, да прави аргументирани изводи.

Това ми дава основание за положително заключение, че дисертационният труд съответства на изискванията на ЗРАСРБ, на Правилника за неговото приложение в МВБУ, поради което с пълна убеденост предлагам на уважаемото

жури да гласува за присъждането на Илиян Костов образователната и научна степен „доктор“ в област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, в Професионално направление 3.7. Администрация и управление, докторска програма „Администрация и управление (Бизнес администрация)“.

Бургас, 9.01.2026 г.

Заличена информация съгласно ЗЗЛД и РЕЦЕНЗЕНТ: <u>регламент (ЕС) 2016/679</u> (проф. д-р Милен Балтов)
