



## **С Т А Н О В И Щ Е**

От: *проф. д-р Красимир Маринов Маринов*  
*Университет за национално и световно стопанство*  
*Научна специалност „Маркетинг“*

Относно: *Дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „Доктор“ по научна специалност „Маркетинг“ в УНСС*

Автор на дисертационния труд: *Пламен Дичков Петков*

Тема на дисертационния труд: *Дигиталната трансформация на радиото в България*

Основание за представяне на становището: *Участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед №571/ 25.02.2026 г. на Зам.-ректора по НИД на УНСС.*

### **1. Информация за дисертанта**

Дисертантът се е обучавал по докторска програма Маркетинг, професионално направление 3.8. Икономика, към Катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на Факултет „Управление и администрация“ на УНСС съгласно заповед на Ректора на УНСС №1223/ 16.05.2017 г. Обучението е осъществено в задочна форма през периода 2017-2021 г., а през 2024 г. Пламен Дичков е отчислен с право на защита.

Дисертантът завършва бакалавърската си степен по „Икономика и маркетинг“ в НБУ, след което придобива магистърска степен по икономика със специалност „Маркетинг“ и специализация „Рекламен мениджмънт“ в УНСС.

Дисертантът има над 20-годишен професионален опит, който съчетава медийния бизнес, информационните технологии и управлението на продажбите. Кариерата му започва като радиоводещ и преминава през всички нива на търговската и маркетинговата дейност в частния радиосектор (радио „Плюс“, радио „Фреш“,

„ПроФМ“). Натрупва сериозен управленски опит в Българското национално радио в периода 2013–2018 г., когато последователно ръководи отдел „Маркетинг“ и дирекция „Реклама, маркетинг и издателска дейност“. От март 2022 г. Пламен Дичков е директор на „Търговска дирекция“ в Българското национално радио, където управлява търговската политика на обществената медия.

## 2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представеният дисертационен труд е в обем от 203 страници и включва увод (14 стр.), пет глави (общо 146 стр.), заключение (7 стр.), използвана литература (10 стр.) и приложения (26 стр.). От гледна точка на своите обем и структура настоящият труд има параметри, които са приемливи и в границите на обичайното за подобни научни продукти. Дисертационният труд отговаря на изискванията на чл. 27, ал. 2 от Правилника за прилагане на закона за развитие на академичния състав в Република България.

Във въведението на труда дисертантът, следвайки добрата практика, е представил замисълът и методическата рамка на дисертацията си.

По отношение на *актуалността на темата* и *значимостта на изследването* без съмнение може да се твърди, че те са налице. Аргументите за това твърдение ще систематизирам в три посоки. *Първо*, радиото днес е изправено пред фундаментална промяна, при която дигиталните технологии, интернет платформите и социалните мрежи създават нова комуникационна среда, която налага преосмисляне на функциите, бизнес моделите и начините на взаимодействие с аудиторията. Конкуренцията вече не е само между отделните радиа и ТВ канали, а и между тях и стрийминг услуги, подкасти и глобални платформи, които предлагат персонализирано съдържание и висока степен на интерактивност. *Второ*, българските радиооператори са под натиск да адаптират стратегиите си в условията на растяща конкуренция и ускорена дигитализация. Промяната не се изчерпва с технологични иновации, а засяга начина, по който данните за аудиторията се събират, анализират и използват. Големите данни и изкуственият интелект се утвърждават като стратегически ресурс за персонализация и маркетингова ефективност, но същевременно поставят нови изисквания към управлението на съдържанието, етиката и прозрачността на решенията. *Трето*, изкуственият интелект постепенно променя самия радиопродукта – от линейно програмиране към по-адаптивни и контекстуално

чувствителни модели на производство и разпространение. Генеративните технологии разширяват възможностите за персонализация, но поставят едновременно с това въпросите за редакторския контрол, прозрачността и защитата на доверието.

**Обектът и предметът на изследване** са правилно формулирани и съответстват на съдържанието се в работата изследване. Обект на дисертационния труд е радиоиндустрията в България, разглеждана в нейната цялост – институционални структури, пазарни участници, програмни политики и форми на взаимодействие с аудиторията, а предмет на изследване е процесът на дигитална трансформация на радиото в България.

Формулировката на **целта** - да бъдат изследвани, анализирани и прогнозирани процесите на маркетингова и дигитална трансформация на радиоиндустрията в България чрез разработването на теоретико-емпиричен модел – е прецизна и адекватна на избраните обект и предмет на изследването.

Така формулираната цел дисертантът преобразува в обоснован комплекс от седем **изследователски задачи**, които са логически подредени и ясно формулирани. Те са достатъчно конкретни; изпълнението им позволява да се постигне поставената цел; и насочват изследването в правилна посока.

**Тезата**, която дисертантът е защитил, е че дигиталната трансформация на радиото в България изисква интегриран и многопластов подход, при който технологичните иновации вървят ръка за ръка с разработването на нови бизнес модели, адаптирането на програмното съдържание и прилагането на съвременни маркетингови стратегии. Чрез подобна комплексна перспектива могат да се удовлетворят променящите се потребности на аудиторията и да се гарантира устойчивото развитие на сектора в дългосрочен план.

**Използваната научна литература** включва 143 източника – книги и монографии; статии в научни списания и доклади от научни конференции; годишници, доклади и отчети на национални и наднационални институции; сайтове за статистическа и пазарна информация. Литературните източници са на български и на английски език. Броят на цитираните източници съответства на изискванията към подобно научно творчество. Библиографията е релевантна за обекта и предмета на изследване и отразява съвременните постижения по разглеждания кръг от въпроси. Анализираните научни източници свидетелстват за много добра осведоменост на дисертанта по проблематиката на дисертационния труд.

### 3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Структурата на представения труд отразява логическата пълнота на изследването и е израз на съществуващите връзки и зависимости между елементите на изложението - както между отделните глави, така и между точките в тях. Логическата подредба на главите дава възможност на автора да си задава точните въпроси към изследователския проблем и да прави коректни обобщения относно потреблението на гражданите. Стилът и езикът на докторанта се отличават с научност, като в същото време са разбираеми и ясни.

В *първата глава* на работата е направен преглед на литературата по разглеждания проблем и са изведени обобщения по концепциите, имащи отношение към дигиталната трансформация на радиото. Важен научен резултат в тази глава е последователно защитеното от автора разбиране, че дигиталната трансформация надхвърля технологичния преход от аналогови към цифрови технологии, водейки до дълбоки структурни изменения, засягащи бизнес моделите, организационната логика и ролята на медиите в обществото.

Научно-приложен резултат в тази част е и идентифицирането и очертаването на няколко ключови парадигми, които разкриват различни измерения на дигиталната трансформация на радиото: медиаморфоза, конвергенция, платформизация и обезличаване на социалните практики чрез превръщането им в данни. Защитено е разбирането, че тези подходи не се изключват, а взаимно се допълват, изграждайки по-цялостна аналитична рамка. Прави впечатление, че изложението е добре организирано. Коректно са цитирани използваните литературни източници. Много важно е, че дисертантът е изразил собствено мнение и е дал аргументи кое от чуждите становища приема, и кое – не.

Във *втората глава* е разработен концептуалния модел за изследване на дигиталната трансформация на радиото. Последният разглежда трансформацията като процес на интеграция между технология, организация и култура. Моделът обединява пет измерения – технологични иновации, съдържателни промени, бизнес модели, аудитория и взаимодействие, както и регулаторна рамка. Взаимодействието между тях определя динамиката на трансформацията и очертава границите на адаптивността на ефирната медия в условията на дигитална конкуренция.

В *третата глава* на работата е представена методологическата основа на емпиричното изследване на дигиталната трансформация на радиото в България.

Научно-приложен резултат в тази част е адаптирането на изследователската рамка към спецификата на обекта – българската медийна среда и процесите на нейната дигитална трансформация. Друг научно-приложен резултат са идентифицираните ключови фактори, които детерминират успешната или забавената дигитализация на радиостанциите в страната, както и верифицирането на формулираните хипотези.

В **четвъртата глава** се съдържа анализ и интерпретация на резултатите, а в **петата глава** са формулирани изводи и препоръки. Сред основните резултати на труда в тези две части е обосновката, че: технологичните иновации повишават ангажираността, но устойчивият ефект зависи от стратегическа интеграция и организационна готовност; успешната маркетингова трансформация изисква не само нови канали за дистрибуция, но и системна промяна в структурата на радиопродуктите, което води до диверсификация на приходите и икономическа устойчивост; персонализацията и двупосочната комуникация изграждат слушателска лоялност и емоционална близост; и не накрая - ограничените човешки, финансови и организационни ресурси представляват основна бариера пред дигиталната трансформация.

Всичко отбелязано по-горе относно постигнатите научни и научно-приложни резултати ми дава основание да заключа, че поставените задачи са изпълнени, а с това е постигната и целта на дисертационния труд.

#### **4. Оценка на научните и научно-приложни приноси**

В автореферата дисертантът е формулирал пет приноса, а именно:

Първо, разработен е интегриран теоретичен модел на дигитална трансформация на радиото, който обединява технологичните, икономическите и културните фактори в единна аналитична рамка.

Второ, разработени са изследователски инструменти за качествено и количествено изследване и е извършена емпирична верификация на теоретичния модел въз основа на смесен изследователски дизайн, приложен за първи път в изследване на радиоиндустрията в България.

Трето, въведена е концепцията за „аудиоекосистема“ — разширено разбиране за радиото като свързваща платформа между съдържание, технологии и общности.

Четвърто, разработен е модел „доверие–иновация“, който показва, че общественото доверие не възпрепятства, а подпомага дигиталната промяна,

функционират като ключов медиатор.

Пето, формулирани са практически приложими стратегически препоръки за обществените и частните радиооператори, включително внедряване на KPI системи, UX подобрения и AI-базирани препоръчителни механизми. обогатени са съществуващите знания, като са систематизирани теоретичните разработки в областта на потреблението по личните бюджети на гражданите.

Приемам за налични в дисертацията на всички приноси. Положително впечатление прави начинът, по който те са формулирани – стегнато и прецизно.

## **5. Оценка на публикациите по дисертацията**

Дисертантът представя четири публикации – доклади от научни конференции, както следва:

1. Дичков, П. Офлайн медиите и присъствието им в дигитална среда // Маркетингът – опит и перспективи. – Варна: Издателство „Наука и икономика“, ИУ–Варна, 2017, с. 602–610.
2. Дичков, П. Развитие на българския медиен пазар в условията на цифровизация и глобализация // 30 години: преход, поуки и перспективи. – София: Издателски комплекс на УНСС, 2019, с. 594–600.
3. Дичков, П. Маркетингови и рекламни стратегии по време на и след COVID-19 // Стратегическо планиране и маркетинг в дигиталния свят. – София: Издателски комплекс на УНСС, 2022, с. 362–372.
4. Дичков, П. Тенденции в развитието и управлението на маркетинга в условията на дигитална трансформация // Стратегическо планиране и маркетинг в дигиталния свят. – София: Издателски комплекс на УНСС, 2023.

Публикациите са по темата на дисертацията и представят пред научната общност части от труда. По своите тип и обем публикациите покриват минималните национални изисквания за присъждане на ОНС „Доктор“.

## **6. Оценка на автореферата**

Авторефератът е представен на български и английски език и е в общ обем от 40 страници. Той съдържа всички необходими елементи. В него е отразено пълно и адекватно съдържанието на дисертационния труд.

## **7. Критични бележки, препоръки и въпроси**

Нямам критични бележки и въпроси. Имам препоръка - докторантът да публикува и така да направи достояние на обществеността резултатите от научното си изследване.

## **8. Заключение**

Представеният дисертационен труд е самостоятелно проведено научно изследване с ясно открити резултати и научно-приложни приноси, съответстващо на изискванията към подобен научен труд. Това ми дава основание да препоръчам на научното жури да присъди на Пламен Дичков Петков образователната и научна степен „Доктор“ по научна специалност „Маркетинг“. Аз самият ще гласувам убедено с „Да“.

06.03.2026 г.

София

проф. д-р Красимир Маринов