



СТ А Н О В И Щ Е

От: *Доцент д-р Иван Рашков Марчевски;*
катедра „Маркетинг“, Стопанска академия „Д.А.Ценов“;
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 Ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Докторант Петков се е обучавал в докторска програма „Маркетинг“ към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране, факултет „Управление и администрация“ на УНСС по научна специалност „Маркетинг“, съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС №1223/16.05.2017 г. Обучението е осъществено в задочна форма през периода април 2017 – април 2024 г.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Представения за рецензиране дисертационен труд се състои от увод, пет глави, заключение, библиография, включваща 143 заглавия и 3 приложения, разгърнати в малко повече от 200 страници. Структурата на разработката е логична и създава предпоставки за постигане целите на изследването

Изследването е посветено на *актуален за теорията и практиката проблем*. Актуалността му се предопределя от динамичната промяна в медийната екосистема, която настъпи през последните години и навлизането на технологии като AI и Big Data, които принуждават традиционното радио да преосмисли модела си на работа.

Основната цел на разработката, според автора, е да се изследват, анализират и прогнозират процесите на маркетингова и дигитална

трансформация на радиоиндустрията в България чрез разработването на теоретико-емпиричен модел, който обяснява ключовите фактори, механизмите на промяната и резултатите от тяхното проявление (стр. 12). За постигане на целта са дефинирани 7 изследователски задачи, които по мое мнение са изпълнени.

Обектът и предметът на изследването са ясно дефинирани и съответстват на целта и съдържанието на разработката.

Тезата на автора е, че дигиталната трансформация изисква интегриран подход, при който технологичните иновации са обвързани с нови бизнес модели и маркетингови стратегии, базирани на концепции като платформизация и datafication (стр. 13-14).

Дисертацията стъпва както върху класически автори (Fidler, Jenkins, Castells, McQuail), така и върху *актуални изследвания* от последните години. Включените в библиографията заглавия демонстрират добро познаване на литературата по темата.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Изследователският подход на автора е логичен, като всяка глава надгражда предходната, преминавайки от теоретично осмисляне към емпирично доказателство и практически решения.

В глава първа той успешно дефинира дигиталната трансформация не просто като технологичен преход, а като структурно изменение на медийната екосистема. Постигнат е прецизен синтез на водещи теории: медиаморфоза (Fidler), конвергенция (Jenkins) и платформизация (Nieborg & Poell). Ключов резултат е изясняването на концепцията за datafication, чрез която социалните навици на слушателите се превръщат в ценен маркетингов ресурс.

Във втората глава е развит авторски модел, който разглежда радиото като хибридна система. Постижението тук е операционализацията на понятията – технологични иновации (AI, Big Data), организационни стратегии (нови бизнес модели) и поведение на аудиторията, които са свързани в единна изследователска рамка. Формулираните четири хипотези (H1-H4) насочват фокуса към връзката между технологичните инвестиции и ангажираността на публиката.

Третата глава представлява „сърцето“ на приложното изследване. Тук чрез прилагане на „смесен дизайн“ включващ качествени методи (полуструктурирани интервюта с мениджъри от сектора) и количествени данни (анкета сред 259 респонденти), авторът доказва наличието на „паралелната медиаморфоза“ в България – докато цифровото ефирно радио (DAB+) е в застой поради регулаторни пречки, онлайн каналите и подкастите на БНР и частните оператори бележат значителен ръст.

В глава четвърта се прави задълбочена интерпретация на събраните данни в контекста на теоретичния модел. Направеното изследване потвърждава, че интеграцията на Big Data и AI е основен катализатор за персонализация на

съдържанието. Авторът доказва хипотезите си, като акцентира върху ролята на мобилното слушане и социалните мрежи като основни фактори за привличане на младата аудитория (поколението Z).

Финалната част прави връзка между резултатите и конкретни стратегически насоки за работа. Постигнато е ценно разделение на препоръките: практически (за медийни мениджъри относно управлението на данни) и политико-регулаторни (за държавните институции относно цифровото лицензиране). Особено важен е акцентът върху етичната рамка за използване на AI, което гарантира, че технологичната еволюция няма да накърни общественото доверие и културната роля на радиото.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Декларираните от автора научни приноси са релевантни на темата и присъстват реално в дисертационното изследване. Особено внимание от теоретична гледна точка заслужава предложеният интегриран модел на дигитална трансформация, който обединява пет ключови концепции (конвергенция, дифузия на иновациите, мрежово общество, медиаморфоза и политическа икономия), както и въвеждането на категорията „аудиоекосистема“, включваща аудио съдържание, технологии и общности. Сред приносите с научно-приложен характер трябва да се отличи създаването на практически насоки за използване на Big Data и AI в радиото.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Представените от докторанта 6 съпътстващи публикации (4 научни доклада и 2 разработки с практическа насоченост) са релевантни за темата на дисертацията. Броят им е достатъчен за покритие на минималните национални изисквания към кандидатите за придобиване на ОНС „Доктор“.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът правдиво отразява съдържанието на дисертационния труд и дава необходимата яснота относно изследователските задачи и постигнатите от автора резултати.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Към настоящия дисертационен труд, както и към всяко научно изследване, могат да се отправят препоръки, които най-често отразяват гледната точка на четящия и не поставят под съмнение качествата на разработката.

1. На места текстът е прекалено фрагментиран, има множество структурни единици (точки и подточки), чиято дължина е недостатъчна за развитие на разсъжденията в дълбочина.

2. Част от използваните измерители за проверка на хипотезите са дискуссионни. Напр. индикаторът към Н4 „Недостиг на обучен персонал“ (стр. 48). „Недостиг“ е признак, значение на измерителя „обучен персонал“.
3. На места в текста има повторения като това е най-видимо в глава III.
4. Определени бележки могат да се отправят към представителността на използваните в полевите проучвания извадки както при полуструктурираните интервюта с мениджъри, така и при допитванията сред радиослушателите, но това е компромис, който често се наблюдава при подобни разработки.

В контекста на казаното по-горе интерес биха представлявали отговорите на автора по следните **въпроси**.

1. В дисертацията коректно е отбелязано ограничението по отношение на обема на извадката и нейното географско покритие. С оглед на теоретичните изводи за локалния характер като традиционно предимство на радиото, доколко според автора дигиталната трансформация в малките населени места следва същата логика на платформизация, или там радиото запазва своята роля чрез по-класически форми на общностно взаимодействие?
2. Авторът разглежда датификацията (datafication) и AI като стратегически ресурси за персонализация на радиопродукта. В тази връзка, къде според него преминава критичната граница, отвъд която алгоритмичното програмиране на съдържанието започва да застрашава обществената функция и редакционната независимост на радиото, превръщайки го в обикновен аудио стрийминг поток без собствена идентичност?

8. Заключение

Представеният ръкопис представлява задълбочено изследване на актуален за теорията и практиката маркетингов проблем. Поставените от авторът изследователски цели и задачи са изпълнени. Ръководен от тези констатации си позволявам да обобщя, че: представената дисертация покрива в пълна степен изискванията за подобен вид разработки, отговаря на критериите заложи в ЗРАСРБ и заслужава положителна оценка. Тези факти ми дават основание да предложа на уважаемото Научно жури да присъди образователната и научната степен „доктор“ по научната специалност „Маркетинг“ на докторант Пламен Дичков Петков.

12.03.2026 г.
гр. Свищов

Подпис:
(доц. д-р Иван Марчевски)