



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

РЕЦЕНЗИЯ

върху: дисертационния труд на тема „Дигиталната трансформация на радиото в България“ за придобиване на образователната и научната степен „доктор“ по професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност „Маркетинг“ към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ на УНСС,

представен от докторанта: Пламен Дичков Петков - докторант задочна форма на обучение в катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ при УНСС

с научен ръководител: проф. д-р Красимир Маринов

рецензент: проф. д-р Боян Любомиров Дуранкев

На основание чл. 9 от ЗРАСРБ, чл. 30, ал. 3, чл. 31 от ППЗРАСРБ и чл. 98 от Правилника за учебната дейност на УНСС, Заповед № 2701 / 01.10.2024 г. на Ректора на УНСС, решение на Катедрения съвет на катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“ (Протокол №10/11.02.2026 г.) и решение на Факултетния съвет на факултет „Управление и администрация (Протокол № 6/24.02.2026 г.) при УНСС, последвани от Заповед № 571 от 25.02.2026 г. на зам. ректор по НИД на УНСС съм избран за **член на Научно жури**, а на първото заседание на журито на 27.02.2026 г. съм определен за рецензент на дисертационния труд.

В изпълнение на задълженията ми представям следните **констатации и заключения**, като се старая да спазвам напълно препоръчителната структура за рецензия.

1. Информация за дисертанта

Пламен Дичков Петков се е дипломирал като **бакалавър по икономика - специалност „Маркетинг“**, следвайки през периода 2009-2013 в Нов български университет, София. Знанията той обогатява и доразвива през 2014-2015 г. в Университет за национално и световно стопанство, където се дипломира като **магистър по икономика - специалност „Маркетинг“**, специализация „Рекламен мениджмънт“.

След това Пламен Дичков се е обучавал по **докторска програма** към катедра „Маркетинг и стратегическо планиране“, видимо от заповед № 1223 от 16.05.2017 г. на

Ректора на УНСС, професионално направление 3.8. Икономика, докторска програма „Маркетинг“.

Както се констатира от неговата автобиография, колегата Пламен Дичков от ранна възраст свързва своята дейност с изследвания обект – **радиото**. През периода 1995-2003 г. той е ангажиран и работи в Плевен Плюс АД „Radio +” като радио водещ; 2003-2009 г. е специалист трафик реклама и продажби и координатор регионални търговски офиси в Emmis Bulgaria - Radio „FRESH”; 2009-2011 г. работи в Central European Media Enterprises Ltd. PRO BG MEDIA GROUP - Radio ProFM като координатор програмна дейност - трафик реклама; 2013- 2018 г. е последователно ръководител отдел „Маркетинг“ и ръководител отдел „Реклама, маркетинг и издателска дейност“ в Българско национално радио; 2022 – и сега е на пост в Българско национално радио - София, като Търговски директор. Друга област, в която Пламен Дичков е придобил и упражнил умения, е **дигиталната област**: 2011-2013 г. се е занимавал със софтуер и компютърна сигурност в Досев и Ко. ООД – София; януари 2019 - март 2022 е работил в РИСК Електроник - София, където бизнесът е свързан най-пряко с информационни технологии.

Именно съчетаването на неговата академична подготовка (по маркетинг) и личната му служебна ангажираност (в радиото и дигиталния свят) му позволяват да се насочи и да **проучи трансформацията на радиото (в посока на неговата дигитализация) в България по убедителен професионален начин**. Този факт потвърждавам и като негов преподавател в УНСС, и като негов предишен научен ръководител, който частично и пряко е наблюдавал еволюцията му в теорията и практиката.

Като изследовател Пламен Дичков илюстрира своите качества и чрез дисертационния си труд, които позволяват да **комбинира успешно придобиване на нови знания и тяхното прилагане в изследователската практика**.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд на тема „Дигиталната трансформация на радиото в България” е в **обем** на 202 стандартни страници, от които 167 страници представлява основният текст, а останалите са библиография и приложения. Той се състои от увод, пет глави, заключение, използвана литература и приложения. В дисертацията са използвани 13 таблици, 4 фигури и 3 приложения. Броят на използваните литературни източници е 143.

Заглавието на дисертацията **отговоря на съдържанието**. Ако читателят се взре по-внимателно в съответствието на заглавие и текст, то със сигурност ще констатира само на някои незначителни места (наистина, в ограничен обем) че текстът излиза извън рамките на заглавието, но тези „отклонения“ са полезни, понеже са направени в полза на допълнителни доказателства и допустима косвената аргументация. Намирам тези „отклонения“ за важни, понеже те по един или друг начин допълват общата картина на изследването.

Правилно още в началото се отбелязва че **„актуалността** на дисертационния труд се определя от необходимостта българските радиооператори да адаптират стратегиите си в условията на нарастваща конкуренция и ускорена дигитализация и навлизане на изкуствения интелект (AI), който очертава следващата фаза на трансформацията“. Промяната не се изчерпва с технологични иновации, а засяга начина, по който данните за аудиторията се събират и използват. Големите данни (Big Data) и изкуственият интелект се утвърждават като стратегически ресурс за персонализация и маркетингова ефективност.

Значимостта на изследването се изразява в предлагането на аналитичен и прогностичен модел за оценка на процесите в българската радиоиндустрия, който съчетава международните теоретични перспективи с националните специфики.

Установявам че въпросът за бъдещето на ефирното и дигиталното радио в ерата на остра медийна конкуренция е комплексен въпрос, който **не е разработван българската научна специализирана литература**, но анализът показва, че то – радиото – не „умира“, а се трансформира и адаптира.

А предимствата, които запазват релевантността на радио-ефира са много: достъпност и демократичност - ефирното радио остава най-достъпният медиен формат – не изисква високоскоростен интернет или скъпи устройства (това е критично в кризисни ситуации, за отдалечени региони и за възрастни хора); фонов консумация - радиото е „съпровождащ медиум“ – слуша се докато се работи, шофира или върши домакинска работа, където телевизията или видеото са непрактични; локалност и общност - местните радиостанции предлагат локални новини, трафик и културно съдържание, което големите платформи често пренебрегват; сравнително ниска цена – „производството“ на радиопрограми е обикновено по-евтино спрямо телевизионните.

Горните причини ми позволяват да твърдя че **темата е нова, изключително оригинална и достатъчно актуална**.

Обект на дисертационния труд е радиоиндустрията в България, разглеждана в нейната цялост – обществени и частни оператори, институционални структури и пазарни участници, а **предмет** на изследването – процесът на дигитална трансформация на радиото в България от маркетингова гледна точка (по-пълно и по-качествено задоволяване нуждите на гражданите от радиопродукти с по-висока степен на ползи за тях).

Описани са коректно **ограничителните рамки**, в които се осъществява научното изследване. Основното ограничение на дисертационния труд е в обхвата на изследването: Количествената извадка (259 респонденти) е достатъчна за очертаване на тенденции, но не претендира за национална представителност, тъй като е съсредоточена предимно в София и големите градове. Достъпът до вътрешни фирмени данни е ограничен, което налага използването на публични източници и експертни оценки.. Възприетите ограничения в изследването не го лишават от теоретичен и емпиричен смисъл и представляват „благодатно поле“ за бъдещи изследвания и доразвиване на инструментариума и методиката за изследване на избраната проблематика.

Целта на автора на дисертационния труд е амбициозна: да изследва, анализира и прогнозира 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. Специфичната цел определя както обхвата на изследването, така и методиката. Както се вижда, базата е достатъчно широка и интересна, дава възможности за творчество и дискусии в теоретична дълбочина и извеждане на модерни управленски решения.

Защитаваната теза е, че „дигиталната трансформация на радиото в България изисква интегриран подход, при който технологичните иновации вървят паралелно с нови бизнес модели и маркетингови стратегии. Трансформацията не е само технически преход, а комплексен процес, който трябва да гарантира устойчивост чрез удовлетворяване на променящите се потребности на аудиторията.” За нейното доказателство се търсят аргументи в целия труд.

В структурно отношение дисертацията е изградена стройно и логично. Използвана е **петзвенна структура**. Според мен тя (структурата), балансът между частите и най-вече тяхното съдържание представят в приятна светлина докторанта Пламен Дичков като изследовател и понятно изразяващ се колега.

Глава първа, озаглавена „Теоретико-методологическа рамка на дигиталната трансформация в медиите“ е опит да се проучат, обобщят и интегрират теоретични постановки и да изгражда концептуалната основа на изследването, като дефинира дигиталната трансформация не просто като технологичен ъпгрейд, а като комплексен процес на маркетингови, икономически, социални и културни промени.

Глава втора е озаглавена „Модел за изследване на дигиталната трансформация на радиото“ и разработва авторски теоретико-емпиричен модел, който превежда теоретичната рамка в конкретен аналитичен инструментариум за изследване на процесите в българската радиосреда.

Глава трета е озаглавена: „Емпирично изследване на дигиталната трансформация на радиото в България“ и изключително богата по съдържание и констатации. В нея се осъществява строга проверка на емпиричната валидност на хипотезата. Целта ѝ е да се анализират и интерпретират данните, с което да се потвърди или отхвърли концептуалната хипотеза. Тя представя методологията и резултатите от проведеното емпирично изследване, основано на смесен подход, който комбинира качествени и количествени техники, допълнени от Big Data слой за постигане на триангулация и по-висока надеждност на изводите. Данните за честотата на слушане показват, че радиото остава устойчива част от ежедневната медийна консумация: 44% слушат радио ежедневно, а около една трета – няколко пъти седмично. Установена е тенденция към мултиплатформена („хибридна“) консумация: FM ефирът остава водещ, но 22% от респондентите комбинират поне два канала (напр. FM + онлайн стрийминг).

Четвърта глава е посветена на „Анализ и интерпретация на резултатите“. Всичките хипотези се превръщат в доказани тези. Емпиричните данни убедително потвърждават основните зависимости, заложили в теоретичния модел: технологиите и персонализацията стимулират ангажираността, диверсификацията осигурява устойчивост, а организационният капацитет определя възможната дълбочина на дигиталната трансформация. Много ценна е частта от изследването, посветена на Изкуственият интелект като катализатор на дигиталната трансформация в радиото.

Пета глава представя „Изводи и препоръки“, в които се синтезират основните резултати от изследването и ги превежда в теоретични, емпирични и практически изводи, както и в стратегически насоки за развитието на радиосектора в България. Изводите са диференцирани на теоретични и емпирични, сред които се откроява матрицата на стратегическите препоръки. Главата завършва с точка, където е предложена етична и

правна рамка (в духа на „Теория на моралните чувства“ на Адам Смит) за използването на изкуствен интелект и Big Data в радиото.

В **заключението** се съдържат доказаните основни постановки и изводи на дисертационния труд.

Особената ценност на дисертационния труд е, че изследва дигиталната трансформация на радиото в България чрез системния подход като **комплексен процес**, в който се преплитат технологични, организационни, маркетингови и стратегически измерения. Изследването доказва, че радиото представлява **адаптивна система**, способна да се преобразява под въздействието на новите технологии и едновременно с това да съхранява своята обществена значимост.

Приемам **структурата (логиката на изследване)** за сполучлива, а поднесените оценки и изводи – точни и коректно (личностни) формулирани. **Балансът между частите** на дисертационния труд е спасен и позволява анализ и оценка както на теорията, така и на практиката.

Езикът е ясен и научен, дисертационният труд е богато гарниран с фигури и илюстрации. Четенето на дисертацията се улеснява от факта че докторантът понятно представя както анализираните или критикуваните чужди идеи, така и собствените си виждания, изводи и заключения. Прочитът на дисертационния труд е облекчен поради точните **авторски оценки и препоръки**.

Добросъвестно е изследвана класическа и модерна, наша и чужда **научна литература и информационна база**, общо 143 броя. Като количество и качество ползваната литература е много повече от достатъчна. Освен че щудирането на такова количество теоретични и информационни източници е огромно и трудоемко, то надхвърля стандартите. Това старание на докторанта е похвално и не е самоцелно (например, за да се демонстрира начетеност), то е гаранция за качеството на направените извади и изведените предложения.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Всеки дисертационен труд трябва да илюстрира категорично три неща: *първо*, че авторът е проучил задълбочено основната и модерната литература по изследваните въпроси; *второ*, че е избрал удачна методология и методика на своето изследване, адекватни на наличните информационни източници; *трето*, че е осъществил самостоятелно изследване, завършило с ясни и категорични доказателства, изводи и препоръки.

Като рецензент съм облекчен от фактите, които ми позволяват да дам **висока оценка на дисертационния труд** по тези три направления на изследването. Нещо повече, на много места авторът надхвърля традиционните очаквания и се представя като самостоятелно мислещ изследовател, който не се съобразява с „модната“ политкоректност в изводите и препоръките. Това е допълнителен плюс не само за автора, но и за неговия научен ръководител, а също – за обучаващото звено.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Търсените приноси са ясни и сравнително точни, като си позволявам да ги синтезирам:

4.1. *Проучени, обобщени и интегрирани са основни теоретични постановки в специализираната научна литература за значението и ролята на радиото от макромаркетингова (ползи за обществото) и микромаркетингова (ползи за отделната личност) гледна точка за социално, духовно, културно и образователно въздействие. Същевременно е разработен интегриран теоретичен модел на дигитална трансформация на радиото, който обединява технологичните, икономическите и културните фактори в единна аналитична рамка.*

4.2. *Проучени, анализирани критично, обобщени и интегрирани са основни теоретични постановки относно изследователските 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.*

4.3. *Въведена е концепцията за „аудеоекосистема“ – разширено разбиране за радиото като свързваща платформа между съдържание, технологии и общности. Разработен е модел „доверие–иновация“, който показва, че общественото доверие не възпрепятства, а подпомага дигиталната промяна, функционирайки като ключов медиатор. Формулирани са практически приложими стратегически препоръки за обществените и частните радиооператори, включително внедряване на KPI системи, UX подобрения и AI-базирани препоръчителни механизми.*

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Представени са **6 публикации**, всичките са по темата на дисертационния труд. Като количество те съществено надхвърлят препоръчителните изисквания от 30 точки, а като качествено изпълнение са на академично ниво. Публикациите са категорична

илюстрация на факта, по тази тема е работено продължително и отговорно, че значителна част от хипотезите и въпросите са предварително тествани на авторитетни форуми.

При проверка **не намирам факти за плагиатство**. Декларирано е, че настоящата дисертация е изцяло авторски продукт и в нейното разработване не са използвани в нарушение на авторските им права чрез чужди публикации и разработки.

6. Оценка на автореферата

Оценявам високо **коректността и степента на отразяване на съдържанието** на дисертационния труд в автореферата.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Нямам критични бележки към дисертационния труд. Изхождайки от обстоятелството, че авторът Пламен Дичков разсъждава задълбочено и с научна смелост и отговорност, си позволявам да препоръчам в следващи негови изследвания да продължи да обогатява тази проблематика в някои **допълнителни направления на изследване**:

7.1. България остава интересен случай с радиото като медиа. По данни на радиоиндустриалния анализ за 2024 г., 90% от населението на България слуша радио поне веднъж месечно, което означава над 5 млн. слушатели, въпреки конкуренцията от телевизия, стрийминг и подкасти. Радиоиндустрията остава голяма и много конкурентна, с около 104 лицензирани програми, широкото им теренно покритие и стабилен рекламен пазар. Следователно, България е една от страните в Европа, където традиционното радио запазва и ще продължи да има силно присъствие – отлична основа за бъдещо развитие. Така че въпросът е: **доколко радиопрограмите трябва да остават „стабилни“ и дали има неизползвани ниши за нови радиопрограми?** И доколко българският традиционен консерватизъм ще удържи на **постепенното национално покритие на DAB+** (към 2030 г.) или ще е възможно паралелно излъчване FM + и DAB+ още 10–15 години (още повече че на европейско ниво FM не се очаква да бъде изключван скоро, с изключение на страни с малко население като Норвегия и Швейцария)?

7.2. Всяко ново нещо обикновено се надценява. В този контекст, каква ще бъде ролята на изкуствения интелект при автоматизацията и персонализацията на радиото? Дали AI ще бъде един от най-силните двигатели в това отношение: AI-диджеи, автоматизирани гласове и динамични плейлисти, които вече навлизат – инструменти като Radio.Cloud, WellSaid Labs, ElevenLabs се интегрират масово, но до къде ще се

стигне? Ако AI ще създава аварийни емисии в реално време; локални новини, генерирани автоматично; персонализирани аудио канали, които комбинират новини, музика и подкасти, то **какво остава за естествения интелект?**

Задавам тези въпроси не защото държа да получа подробни отговори по време на защитата, а **за да предложи допълнителни възможности за проучвания и търсене на нови разсъждения, оценки и резултати**, особено в бъдещи изследвания.

Заключение

Дисертационният труд отговаря на високите изисквания за съчетаване на теория, практически изследвания и произтичащи от това изводи. Той съдържа научни, научно-приложни и приложни резултати, които представляват оригинален принос и отговарят на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и Правилника на УНСС. Дисертационният труд показва, че **докторант Пламен Дичков Петков притежава знания и професионални умения**, като демонстрира качества за самостоятелно провеждане на научни изследвания.

Поради гореизложеното, давам своята **категорична високоположителна оценка** чрез проведеното от мен изследване върху рецензираните по-горе дисертационен труд, автореферат, постигнати резултати и приноси, и предлагам на почитаемото научно жури **да присъди образователната и научна степен „доктор“** в област на висшето образование 3 „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8 „Икономика“, научна специалност „Маркетинг“ на Пламен Дичков Петков.

На финалното заседание на научното жури при публичната защита на дисертационния труд ще гласувам убедено с „**ДА**“!

Рецензент:

01 март 2026 г.

(проф. д-р Боян Любомиров Дуранкев)