

РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд за придобиване на образователна и научна степен "доктор" в област на висшето образование 3."Социални, стопански и правни науки", професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност "Икономика и управление"

Тема на дисертационния труд: "Икономически подходи за изследване на медийната концентрация"

Автор на дисертационния труд: Александър Боянов Тодоров

Научен ръководител: проф. д. ик. н. Димитър Канев

Рецензент: проф. д-р Владимир Петров Владимиров, ИУ – Варна, научна специалност 02.05.01. „Политическа икономия (Обща икономическа теория)“

Настоящата рецензия е изготвена на основание заповед на Ректора на ВСУ „Черноризец Храбър“ №1222 от 04.04.2014 г. и в съответствие с изискванията на ЗРАСРБ, Правилника за неговото приложение и нормативната уредба на ВСУ за изготвяне на рецензии за придобиване на образователна и научна степен „доктор“.

1. Информация за дисертанта

Александър Боянов Тодоров е роден на 25.04.1981 г. в гр. Казанлък. Завършва средното си образование в гимназия с преподаване на чужди езици в гр. Стара Загора, с профил немски език. През 2010 година получава диплом за висше образование от Кьолнския университет „Албертус Магнус“, еквивалентна на българската степен „магистър“, в специалност „Народно стопанство“. В рамките на това обучение А. Тодоров специализира в профилите „Икономика на публичния сектор“, „Пазари и конкуренция“ и „Медийна икономика“. В периода от 2005 година до 2009 година Александър Тодоров работи като асистент в Института за социални науки „Лайбниц“, гр. Кьолн, в направление „Стопанска история“, където участва в събирането и обработването на емпирични данни за целите на института и провеждането на семинарни занятия по „История на икономическата мисъл“. През 2009 година

е привлечен като асистент в Института по медийна икономика към Кьолнския университет по проект в областта на организацията и финансирането на национални медийни системи. Паралелно с това, А. Тодоров, работи като стажант в германската Комисия по монополите, гр. Бон, където участва в изследване на макроикономическата концентрация във Федерална република Германия. В периода от 2010 до 2013 година е асистент към катедра „Икономика и мениджмънт” в ТУ-Варна и води семинарни занятия по „Микроикономика”, „Макроикономика”, „Икономика на предприятието”, „Световно стопанство” и други. От месец септември 2013 г. А. Тодоров е асистент към катедра „Обща икономическа теория” на ИУ-Варна.

Дисертационния си труд А. Тодоров разработва като докторант на самостоятелна подготовка към катедра „Международна икономика и политика” на ВСУ „Черноризец Храбър”, в направление „Икономика и управление” с научен ръководител проф. д. ик. н. Димитър Канев.

2. Обща оценка на дисертационния труд

Представеният за защита дисертационен труд "Икономически подходи за изследване на медийната концентрация" представлява теоретико-приложно изследване по една безспорно актуална и значима тема. Приватизацията и либерализацията в българското медийно пространство изпревариха въвеждането на адекватни регулативни механизми и породиха редица съществени проблеми, между които един от най-значимите е процесът на медийна концентрация. Този процес оказва силно влияние върху конкуренцията на медийните пазари и по-широко – върху качеството и разнообразието на медийните продукти. Ето защо разработването на методология и инструментариум за оценка на равнището и тенденциите на медийна концентрация - предмет на дисертацията е необходимо и важно условие за ефективен мониторинг на процеса и респективно за усъвършенстване на регулативните практики в тази област. Същевременно следва да се подчертае, че проблематиката, която се третира в дисертационния труд, до голяма степен е новост за българската научна литература, доколкото досега у нас липсват подобни значими публикации.

Дисертацията е в обем от 210 страници (вкл. библиографията и приложенията) и притежава качества на завършен изследователски труд върху ясно дефинирани предмет и изследователска теза.

Изложението е структурирано в три глави, в които в логическа последователност и обвързаност с предмета, тезата и изследователските задачи, формулирани от дисертанта, се дискутират съответно: теоретичните основи на изучаването на медийната концентрация като явление и нейните основни модели (глава 1), типологията на съвременните методи за оценка и изследване на медийната концентрация (глава 2); авторово емпирично изследване чрез използването на статистически и мрежови анализ на концентрацията на радиопазара в България.

Във въведението достатъчно подробно и ясно дисертантът представя и аргументира актуалността на темата, логиката на изследването, неговия обхват, структура, инструментариум и цели. Като основна цел се изтъква: „да се предложат теоретични и емпирични икономически подходи за анализ на концентрацията на медийните пазари, както и тяхното практическо приложение за изследване на концентрацията в радиопазара в България” (с. 10). Под „икономически подход” при изследването на медийната концентрация дисертантът разбира разглеждането на проблема от гледна точка на начина по който характеристиките на пазарната организация - информация, ресурси, ограничения, решения, стимули - влияят върху пазарните резултати и ефективността. В съдържателно отношение дисертацията е опит за разработване и приложение на един широк, по същество интердисциплинарен подход за оценка на медийната концентрация, при който резултатите на традиционните икономически методи се допълват и сравняват с мрежовия анализ, а също и с тези и постановки на социологията и медийната теория.

Първа глава представя теоретичната рамка на изследването и изяснява съдържанието и взаимовръзката на основните понятия, използвани в дисертацията. Задълбочено и компетентно са анализирани причините, формите и последствията на медийната концентрация върху поведението на фирмите и пазарния резултат. Специално внимание е отделено на някои нови подходи към третирането на пазарната организация, в т.ч. на новата

институционална икономика, ресурсно-ориентирания подход към фирмата, теорията за социалните мрежи.

Втора глава на дисертацията е посветена на разработването на методически инструментариум за измерване на медийната концентрация. Анализират се възможностите на пет статистически метода за измерване на абсолютната и относителната пазарна концентрация, тяхната приложимост и ограничения. Достоянство на дисертацията е, че към тези класически методи за оценка на пазарната концентрация авторът добавя и мрежовия анализ, който има особено значение за медийния сектор, доколкото предполага наличието на сложна система от връзки (преки и косвени) между фирмите опериращи в отрасъла. Специален интерес и принос на докторанта е именно свързването на двата подхода, както и развитите теоретични постановки и очертаните проблеми, касаещи адаптирането на традиционните подходи към сферата на медийния пазар. Авторът предлага собствени виждания и интерпретации на различните показатели, като очертава проблемите, които биха могли да имат съществено отражение върху измереното ниво на концентрация. Аргументира се разбирането, че допълването на статистическите методи с използване на мрежовия анализ дава възможност за разкриване на потенциалните зависимости и капиталовите връзки в медийната индустрия и на тази основа за установяване на концентрацията на медийната собственост.

Третата глава съдържа емпирично изследване на медийната концентрация на радиопазара в България, като авторът е направил оценка на състоянието и тенденциите в тази сфера както на база на използването на статистическите методи, така и въз основа на използване инструментариума на мрежовия анализ. Тази част на дисертационния труд в най-висока степен е плод на самостоятелната работа на автора и като цяло показва компетентност, информираност и наличието на професионален опит в изследваната област. Чрез приложение на различните статистически показатели е направена оценка на географската концентрация на радиопазара, на концентрацията на слушателския пазар и концентрацията на рекламния пазар. В допълнение на това се анализира и концентрацията на собствеността чрез използване на мрежовия подход. Прави се заключението, че като цяло е налице

положителна тенденция на повишаване на концентрацията, с различен интензитет на географския, слушателския и рекламния пазар. Констатира се също, че отчетените нива на концентрация на база данните на НСИ са по-ниски от действителните.

Въз основа на анализа са формулирани и конкретни препоръки, включващи въвеждане на единна публична методика за измерване на медийната концентрация, систематично (ежегодно) набиране на данни и мониторинг на концентрацията, създаване на възможности за свързване на данните от мрежовия анализ с данните използвани за статистическия анализ.

Към положителното впечатление, което оставя дисертацията в съдържателно отношение, трябва да се прибави и това, че изложението е ясно и логично, а техническото оформление на работата е прецизно и на много високо равнище.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Дисертацията съдържа научни и научно-приложни резултати, които представляват оригинален принос за българската специализирана литература в областта на микроикономическия анализ на медийните пазари. Авторът демонстрира задълбочено познаване на проблематиката, предмет на дисертацията, както и възможности да провежда самостоятелно научно изследване и да извежда и аргументира конкретни идеи, адресирани към теорията и усъвършенстване на практиката. Основните постижения в неговото изследване имат характер на научно-приложни приноси, които обогатяват и доразвиват теорията и методиката на анализа на медийните пазари. Те могат, по мое мнение, да се систематизират в следните насоки:

1. В теоретичен план основният принос на дисертацията е задълбоченият анализ на икономическата същност на медиите и медийните пазари, на формите и факторите на медийната концентрация и на нейното влияние върху пазарното поведение и пазарните резултати на фирмите в отрасъла. Положителна оценка заслужава това, че при този анализ дисертантът се опира не само на традиционните, но и на някои нови подходи, развити от новата институционална икономика, ресурсно-ориентирания подход, мрежовия анализ и др.

2. Предложен е набор от аналитични методи и показатели за измерване на нивата и тенденциите на пазарната концентрация в медната индустрия, които могат да допринесат за развитие на научните анализи на нейното влияние върху конкуренцията, поведението на фирмите и пазарните резултати в медния сектор.

3. Иновативността на предлаганата разработка, по мое мнение, е преди всичко в съчетаването на статистическите методи за оценка на пазарната концентрация с подхода на социално-мрежовия анализ, което несъмнено разширява възможностите за изследване на различните аспекти на медна концентрация (в частност – на концентрацията на медната собственост) и по-ефективно решаване на проблемите на мониторинга и регулаторната политика в сферата на медиите.

4. Въз основа на разработения от автора методически инструментариум е направено емпирично изследване на радиопазара в България, което демонстрира възможностите на предложения от автора подход и разкрива редица съществени методически и информационни проблеми, свързани с развитието на изследванията в посочената област и усъвършенстване на регулаторната практика и секторните политики.

4. Оценка на автореферата и публикациите по дисертацията

Авторефератът отразява коректно съдържанието на дисертационния труд и представя синтезирано и ясно най-важните теоретични и приложни постижения, резултати и изводи от изследването. Докторантът има 6 самостоятелни публикации по дисертацията - 3 статии и 3 доклада, които са в специализирани научни издания, представляват съществени части от дисертационния труд и като цяло напълно покриват съответните изисквания за придобиване на образователната и научна степен „доктор”.

5. Бележки и препоръки:

Независимо от общото ми положително становище и високата оценка за постиженията в дисертационния труд, считам, че има основания да се направят и някои бележки с цел прецизиране на отделни постановки и най-вече с оглед на бъдещата работа на докторанта.

Първо. Анализът на отделните измерители на нивото и тенденциите на концентрация на медните пазари би могъл да завърши с опит за известно

тяхно ранжиране и степенуване, отчитащо възможностите им да отразяват различни аспекти на този процес. Едва ли изборът на подходящ показател за оценка на концентрацията трябва да се разглежда само като въпрос на налична информация, както може да се допусне от обобщението на с. 122, според което изборът на подходящи показатели „зависи преди всичко от наличните данни”.

Второ. В дисертацията би следвало да се отдели повече място на сравнителния анализ и в частност за представяне и съпоставка на използваните сега в европейската практика методи и показатели за оценка на медийната концентрация и съответно - за сравнение с тези, които дисертантът предлага и доразвива. Това би било особено подходящо по отношение на новите страни членки на ЕС, в които протичат сходни процеси в медийното пространство.

Трето. В дисертацията медийната концентрация основателно е разглеждана като сложно и многоаспектно явление, касаещо търсенето, предлагането, собствеността, аудиторията, рекламния пазар и пр. Използваната в тази връзка терминология, обаче не винаги е достатъчно последователно изяснена и съгласувана. Така например в първа глава се разглеждат три форми на концентрация - хоризонтална, вертикална и конгломератна, във втора глава вече се говори за абсолютна и относителна концентрация, а в трета глава се анализират географската концентрация, концентрацията на слушателския и на рекламния пазар и концентрацията на собствеността. Разбира се всички тези понятия имат своето място и са използвани напълно уместно и компетентно от дисертанта, но връзката между тях и прехода от едно към друго понятие често трябва да се подразбира.

6. Заключение

Дисертационният труд на Александър Тодоров е резултат от самостоятелно и добросъвестно изпълнено теоретико-приложно изследване по актуална тема и съдържа безспорни постижения с характер на научни приноси в областта на анализа на медийните пазари. Докторантът е открил нерешени и частично решени проблеми отнасящи се до възможностите за измерване на медийната концентрация. Показал е умения да систематизира и

критично да осмисля съществуващи научни тези и да заема аргументирана позиция. Чрез използване на подходящ методологически инструментариум предлага иновативни решения с приложен характер. Научна новост е приложението на мрежовия анализ при изследване на медийната концентрация. Направеният емпиричен анализ на радиопазара в България сполучливо тества и подкрепя основната теза на дисертанта и показва релевантността на предлаганите от него подходи и показатели за оценка на състоянието и тенденциите на медийната концентрация.

Резултатите от анализа, направените от докторанта изводи и очертаните приноси са негово лично дело. Представените материали съответстват на изискванията на ЗРАСРБ, ППЗРАСРБ и Наредба №12 на ВСУ „Черноризец Храбър” за придобиване на образователната и научна степен „доктор”.

Всичко това ми дава основание с увереност да предложа на уважаемото научно жури да присъди на Александър Боянов Тодоров образователната и научна степен „доктор” в професионално направление 3.8. Икономика, научна специалност "Икономика и управление".

29. 04. 2014 г.

Варна

Рецензент:

/проф. д-р Владимир Владимиров/