

Становище

За дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен доктор по професионално направление 3.8. Икономика, Научна специалност „Икономика и управление”

Автор: Александър Боянов Годоров

Тема: Икономически подходи за изследване на медийна концентрация

Становище от: проф. дсн Петранка Филева, ФЖМК, СУ „Св. Климент Охридски”, член на научното жури.

I. Характеристика на дисертационния труд

Представеният за защита дисертационен труд е по актуална тема в слабо разработено у нас научно поле и като цяло е принос в изследванията по медийна икономика в България. Спазени са основните изисквания за прецизност и точност в цитиране и позоваване, използвани са основните източници по темата, има успешен опит за интердисциплинарен подход с рефериране към теории за социалните мрежи и с конкретен мрежови анализ, използван за защита на добре формулирана теза.

В структурно отношение дисертационният труд се отличава с добър баланс между теоретичната част и емпиричното изследване. Има много добра връзка между поставената цел и разгърнатите в три глави конкретни задачи. Приносите в теоретичната част са ясно пренесени към емпиричното изследване и благодарение на това изводите и препоръките са ясни и полезни – както в научното, така и в научно-приложното поле. Много високо може да се оцени представянето и изпробването с хипотетични или конкретни данни както на познати, така и на по-малко познати и по-нови методи за анализ на концентрацията на пазарна мощ в медийните пазари.

Изследваният проблем без никакво съмнение е изключително значим и актуален и наистина съответства на социалната потребност от независими медии. Концентрацията на медийна собственост е една от важните причини за дефектите във функционирането на медийната система в света най-общо, но особено видими са те в малкия рекламен пазар на България. В изводите на автора оправдано се препоръчва по-голямо внимание и активност от страна на регулаторите за по-добре организирано събиране на данни, нужни за наблюдение и регулиране на пазарната среда в българската медийна индустрия.

II. Постигнения на дисертационния труд

Докторантът е разработил дисертация, която има ясно формулирана цел с много логично поставени конкретни задачи. Той е избрал подходяща теоретична рамка при концепцията „Структура, поведение, резултат” като основна парадигма на индустриалната икономика, използвана често в медиаикономическите анализи. Синтезирал е постиженията в областта на медийната икономика по отношение на особеностите на медийните продукти и медийните пазари. Позовава се умело на традиционни вече концепции за публичните блага, за икономите от мащаба и обхвата, за мрежовите ефекти в свързаните пазари. Добавя и интересни възгледи от новата институционална икономика. Александър Тодоров познава много добре литературата в тази научна област и успешно откроява нерешените или частично решени проблеми при количествената оценка на медийната концентрация. В допълнение към всичко това той открива в теориите за социалните мрежи и в мрежовия анализ поле за конкретни приноси в областта на медийната икономика като относително нова научна дисциплина в света, особено в България.

Определено основният принос в дисертационния труд е надграждането на обичайните методи за измерване на пазарната концентрация с метода на мрежовия анализ, популярен преди всичко в изследванията на социалните мрежи и на възлите на влияние в тях. Така или иначе теоретизирането около концентрацията на собственост по хоризонтала и вертикала, както и по диагонал, представят преди всичко линейни връзки, които изглеждат недостатъчни за по-сложната структура на двустранните медийни пазари, където медийните собственици участват все повече с кросмедийно производство и предлагане и натрупват мощ при ценообразуването и при източниците на влияние в обществото. Трудно се отделя национален от регионален пазар на всекидневниците, трудно се улавят посоките на влияние, когато един собственик участва едновременно в два или повече диагонално свързани пазари на вестник, радио и телевизия, а в същото време играе с всички тези видове медийни платформи за хоризонтално значимо участие в един и същи рекламен пазар.

Авторът представя достатъчно аргументи за ползата от мрежовия анализ при оценката на концентрацията на собственост в медийните пазари и похвално прецизно го прилага в допълнение към традиционните методи при анализа на българския радио пазар за един достатъчно дълъг период. Приемливи са ограниченията, които авторът споменава

и при видимо недостатъчния достъп до факти и данни, той стига до сериозни и важни изводи.

Целият богато описан и добре илюстриран с хипотетични данни методически апарат за измерване на концентрацията също може да бъде определен като по-общ принос на дисертационния труд. Представени са множество варианти за структурата на пазарите и е направена оценка за потенциалните отражения върху поведението на участниците и върху резултатите от тяхната дейност. Конкретните резултати от традиционните методи на изчисление на концентрацията на собственост в радиопазара на България и препоръките, които прави авторът, също могат да бъдат оценени високо и да се приемат като принос в изследванията по тази тема.

III. Критични бележки

1. Не бих се съгласила с някои от термините, които авторът използва. Той разглежда медийните блага като съставени от продукти и услуги, насочени съответно към пазара на аудиторията и към пазара на рекламодателите. Според мен и в чуждата и в българската литература сме приели да говорим за медийните продукти най-общо като за услуги с техните специфики като тленност, неосезаемост, неотделимост от качествата на създателя и трудното стандартизиране. Самият автор цитира дефиниция от Закона за радио и телевизия на с. 126., в която радиопрограмите ясно са представени като услуга. Освен това, ако дефинираме медийният продукт като услуга с посочените по-горе характеристики, няма да е непременно нужно да се позоваваме точно тук на теорията за асиметричност на информацията или да използваме така неблагозвучен термин като „опитни стоки” или „доверени стоки”.
2. Липсва ми позоваване на методи, които използва в практиката си КЗК и позоваване на някои от нейните решения след анализ на конкретни пазари.
3. Трудно приемам термина отраслова концентрация, когато става въпрос за концентрация на собственост в ясно отграничени пазари по продуктов и по географски признак. Липсва ми въобще това въвеждане при методите – че измерваш количествено концентрацията в един ясно отграничен и дефиниран пазар – а това става едновременно по географски и по продуктов признак. Не съм много сигурна и в точността на израза географска концентрация, използван при анализа на

предлагане на радиопрограми в различните географски региони в страната. Получава се разминаване между разбирането за концентрация на присъствие на икономически субекти в един пазар и обем на предлагането под влияние на размера и „плодородността” на пазара.

Направените критични бележки в никакъв случай не омаловажават високата ми оценка за качеството на представения за защита труд.

Бих направила и една препоръка към поетата от автора посока към мрежовите теории и мрежовия анализ. Има надграждане над концепцията на Майкъл Портър за стойностната верига с опити да се анализират така наречените „стойностни мрежи”. Мисля си, че и при Мануел Кастелс с представите му за стопанските мрежи могат да се открият рационални изходни точки за оценка и типология на разнообразните варианти от мрежово общуване между съвременните компании.

Бих искала да задам следния въпрос: В рамките на използвания модел на насочената мрежа – от собствениците към лицензиите – какви са възможните политики, които биха довели до ефикасно разпределение в мрежата с оглед на обществения интерес и едновременно до стабилност в мрежата.

IV. Заключение

В заключение оценявам положително докторския труд на Александър Боянов Тодоров и считам, че той представлява оригинален, авторски принос в изследванията в областта на медийната икономика и конкретно допринася за допълване на методите за количествена оценка на медийните пазари.

Изразявам категорично положително становище по качествата на дисертационния труд и считам, че той има завършен характер, изпълнява препоръчителните научни изисквания и предлагам на Александър Тодоров да се даде исканата образователна и научна степен “доктор” по професионално направление 3.8. Икономика, Научна специалност „Икономика и управление”.

Подпис:

Дата: 02.05.2014