



## РЕЦЕНЗИЯ

От: *доц. д-р Светла Владимирова Цанкова, катедра „Медии и обществени комуникации“ - УНСС, научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“*

Относно: *дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“ в УНСС.*

**Основание** за представяне на рецензията: *участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 523/11.03.2022 г. на Ректора на УНСС.*

Автор на дисертационния труд: *Симона Василева Димитрова*

Тема на дисертационния труд: *Нови бизнес модели в печатните медии*

### **1. Информация за дисертанта**

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към *катедра „Медии и обществени комуникации“, факултет „Икономика на инфраструктурата“* на УНСС по *научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство“* съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС № 585/22.03.2019 г. Обучението е осъществено в *редовна* форма през периода 26.02.2019 - 26.02.2022 г.

- *Кратка биографична справка*

Докторантката Симона Василева Димитрова е завършила средното си образование в Професионална гимназия по икономика „Иван Илиев“ – Благоевград, през 2013 г. От септември 2013 до юни 2017 г. е студентка в бакалавърска степен в специалност

„Медия икономика“ в УНСС, а от 2017 до 2018 г. завършва и магистърска степен по специалността „Бизнесжурналистика и продуцентство“ в УНСС. От месец март 2018 г. работи като репортер в „168 часа“ ЕООД, като подготвя материали за печатното и дигиталното издание на едноименния вестник.

- *Заемани академични и други длъжности до момента (вкл. длъжности извън ВУ или научна организация).*

Докторантката Симона Василева Димитрова не е заемала академични или други длъжности до момента.

- *Кратка информация за изпълнението на индивидуалния план*

Индивидуалният план на докторантката е изпълнен в срок, успешно положени са всички заложи в него изпити, проведени са предвидените семинарни занятия със студенти. Симона Димитрова има и активна публикационна дейност в периода на докторантурата.

## **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

Представеният от докторантката Симона Димитрова дисертационен труд на тема „**Нови бизнес модели в печатните медии**“ е с обем от 200 страници, състои се от увод, три глави, заключение, справка за научните приноси, списък с научни публикации, списък с графики и таблици, приложения и библиография, която съдържа 83 източника, от които 32 на български език и 51 на английски език.

Съдържанието е логично структурирано, като докторантката отделя внимание на първо място на характеристиките на печатните медии като пазарен субект, на второ – изследва успешните и работещи бизнес модели на водещи световни печатни медии и на трето място представя бизнес модела на „Медийна група България“, а също и тенденциите в търсенето на нов бизнес модел на печатните медии, което е същността на дисертационния труд.

В увода е отделено особено внимание на актуалността на изследователския проблем, която е абсолютно безспорна. Симона Димитрова отбелязва, че традиционните модели вече не са работещи и че „...през последните десетилетия напредъкът в информационните и комуникационните технологии и промените в

поведението на потребителите са толкова революционни, че поставят безпрецедентно сериозни предизвикателства пред тези модели. Затова е важно да се проследи как печатните медии реагират на промените на пазара и намират нови, устойчиви бизнес модели.“ На практика дисертационният труд на Симона Димитрова е опит да бъдат открити много и различни аспекти на трансформацията на бизнес моделите на печатните медии в една непрекъснато променяща се среда, което прави изследователската задача особено сложна. В медийната сфера няма един утвърден и категорично доминиращ бизнес модел, а множество разнообразни модели, които отчитат спецификата на съответния медийен пазар, мащаба на медийната група, характеристиките на аудиторията, съдържанието и качеството на създаваните медийни продукти и т.н.

В дисертационния труд докторантката прецизно е формулирала изследователския проблем, обекта и предмета на изследване. Целта на изследването е да бъде направен сериозен и задълбочен анализ на пазара на печатни медии в България и да бъдат потърсени проекциите на бизнес моделите на чуждестранни медии и медийни групи в българската практика, да бъде открита тяхната специфика и собствен почерк в процеса на трансформация. Тезата на докторантката е следната: „В дигитална, трансформираща се среда българските печатни медии се променят и адаптират към дигитализацията на медийния пазар, като елиминират старите бизнес модели и търсят нови начини за създаване на печалба.“ С оглед на необходимостта тази теза да бъде доказана Симона Димитрова очертава и 7 хипотези, които на практика представят основните насоки в процесите на трансформация на бизнес моделите на печатните медии. Прецизно и конкретно са формулирани задачите на дисертационния труд – да бъдат открити основните характеристики на печатните медии, да бъдат изследвани важните процеси и трансформации на пазара на печатните медии в България през последните 10 години, да се анализират новите бизнес модели от чуждата практика на базата на няколко големи медийни групи и издания и доколко те са приложими в българската медийна практика.

Използваната научна литература показва изключително добро познаване на теоретичните източници и изследванията по проблематиката на дисертационния труд както на български, така и на чужди автори. Впечатление прави и факта, че Симона

Димитрова цитира актуални медийни изследвания, които дават възможност да анализира качествено процесите, които протичат в българската и световната медийна практика през последните години.

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

В дисертационния труд „Нови бизнес модели в печатните медии” докторантката Симона Димитрова е постигнала редица значими резултати. На първо място много изчерпателно и аналитично са представени основните характеристики на вестникарската индустрия, на съвременните процеси на трансформация на медийната среда в условията на конвергенция, на качеството на журналистиката. Представен е и обстоен преглед на пазара на печатните медии в България, като е поставен акцент върху причините за кризата на пресата у нас. На базата на редица авторитетни научни изследвания са посочени характеристиките на медиите като икономически субекти, като в текста са включени авторски таблици с основните пазарни, финансови и производствени характеристики, което показва умението на докторантката за обобщение и систематизиране.

Особено задълбочено Симона Димитрова изследва теоретичната литература по темата за бизнес моделите в печатните медии, отделя сериозно внимание на тяхното финансиране и на процесите на трансформация на тези модели в новата медийна среда. В таблица 1.11 е представен сравнителен анализ на традиционния и новия бизнес модел, който по много убедителен начин показва техните основни характеристики, които са предмет на изследване в дисертационния труд.

Безспорно едно от постиженията на дисертацията на тема „Нови бизнес модели в печатните медии“ е задълбочения и качествен анализ на бизнес моделите на едни от най-авторитетните печатни издания в света - вестник „Ню Йорк Таймс“, британският всекидневник „Гардиън“ и американското научнопопулярно списание „Нешънъл Джогеографик“. Авторката е цитирала актуални и качествени проучвания на водещите бизнес модели на различни по големина пазари, като испанския, британския, финландския, представила е богата фактология и множество примери, които показват разнообразието от трансформации в практиката на световните медии, отбелязала е проблемните зони и иновативните подходи. Особено внимание е отделено на бизнес

моделите, които могат да бъдат адаптирани в българската медийна среда, като е отчетена спецификата на българския пазар на печатни медии и икономическото развитие на страната, което несъмнено оказва влияние върху процесите на трансформация в медиите.

Висока оценка заслужава представения от докторантката Симона Димитрова анализ на бизнес модела на „Медийна група България“, в който е подчертана спецификата на издателската група, характеристиките и развитието на основните издания (особено внимание е отделено на всекидневника „24 часа“, седмичника „168 часа“, списание „Космос“) и е акцентирано вниманието върху традиционните и алтернативни източници на финансиране на групата. Впечатление прави критичния поглед върху представените примери, а също и задълбочения анализ на проблемите, предизвикани от пандемията от COVID-19, която се отрази катастрофално на пазара на печатните медии.

В процеса на научното изследване Симона Димитрова използва както количествени, така и качествени методи за анализ. Докторантката представя резултатите от проведените от нея дълбочинни интервюта, които дават много интересен поглед върху тенденциите на трансформация на бизнес моделите на печатните медии у нас, а също и анкета с потребители, която представя промяната във вкусовете и читателските навици на аудиторията.

Авторката акцентира вниманието върху това, „...че печатният бизнес модел работи по индустриална логика и има специфични характеристики, в сравнение с онлайн платформите, където се съчетава професионалната с аматьорската работа. Затова отдавна се търси нов бизнес модел за успешната работа на печатните медии, които са рисков бизнес, който трудно осигурява печалба.“ На базата на проведеното проучване авторката констатира, че традиционният бизнес модел на печатните медии не работи и посочва причините за това – силната конкуренция на онлайн медиите, дигитализацията и факта, че медиите вече не могат да се издържат само от приходи от продажби и реклама. Тя подчертава, че на този етап „печатните медии в България успяват да оцеляват благодарение на хибриден бизнес модел, който съчетава издаването на вестника и работата на сайта му в онлайн среда.“ Основният извод е, че моделите са различни и всеки издател залага на различни похвати – брандирано

съдържание, оптимизация на разходите, нови жанрови предложения към рекламодателите, провеждане на специални събития, спонсорство, европейски проекти и др.

Дисертационният труд на Симона Димитрова „Нови бизнес модели в печатните медии“ показва, че всички поставени задачи са изпълнени качествени и несъмнено постига поставената цел - да представи сериозен и задълбочен анализ на пазара на печатни медии в България и да потърси проекциите на бизнес моделите на чуждестранни медии и медийни групи в българската практика.

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

Дисертационният труд на Симона Димитрова „Нови бизнес модели в печатните медии“ безспорно има своите научни и научно-приложни приноси, като тук трябва да бъдат открити критичния анализ на глобалните бизнес модели на няколко световни издания като „Ню Йорк Таймс“, „Гардиън“ и „Нешънъл Джиографик“, изследването на спецификата на актуални хибридни бизнес модели на печатните медии на българския пазар, дефинирането на трансформираните елементи в бизнес моделите на печатните медии на базата на емпиричните проучвания и представянето на прогнози и предложения за развитието на печатните медии в България.

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

Докторантката Симона Димитрова е представила три публикации по темата на дисертационния труд: “Вестникарската индустрия и последиците от COVID-19“, „Бизнес модели в печатните медии“ и „Анализ на изданията на „Медийна група България“, които показват нейната сериозна публикационна активност. Това е основание да се направи извода, че е постигнала много добро разпространение на получените резултати.

#### **6. Оценка на автореферата**

Авторефератът на Симона Димитрова съдържа всички необходими елементи и представя основните постигнати резултати в процеса на изследването, както и научните приноси и публикациите по темата на дисертационния труд.

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

Моят въпрос към докторантката е следният: Кои аспекти на глобалните бизнес модели според нея са неприложими или трудно приложими в българската медийна практика?

## **8. Заключение**

Давам висока оценка на представения дисертационен труд на тема „Нови бизнес модели в печатните медии“ и ще гласувам за присъждането на ОНС „Доктор“ на Симона Василева Димитрова.

26.04.2022 г.  
Гр. София

Подпис: .....



## UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

### EXAMINER'S REVIEW

Examiner: *Assoc. Prof. Svetla Vladimirova Tsankova, Department of Media and Public Communications, University of National and World Economy (UNWE), Academic area: Organization and Management Outside the Material Production Industry*

Regarding: Dissertation for the award of a **Doctoral degree (PhD)** in **Organization and Management Outside the Material Production Industry** at UNWE

**Grounds** for this review: Member of the academic jury assessing the presentation of the dissertation according to Order No. 523/11 March 2022 of the Rector of UNWE

Author of dissertation: *Simona Vasileva Dimitrova*

Topic of dissertation: *New Business Models in Print Media*

#### **1. Information about the candidate**

The doctoral candidate completed the doctoral coursework covered by the programme at the Department of Media and Public Communications, Faculty of Economics of Infrastructure at UNWE, Academic area: Organisation and Management Outside the Material Production Industry, in accordance with Order No. 585/22 March 2019 of the Deputy R&D Director at UNWE. The doctoral student was registered in a full-time programme from 26 February 2019 to 26 February 2022.

- *Biography brief*

The doctoral candidate Simona Vasileva Dimitrova finished high school in 2013, completing the full course of study at the Specialised High School of Economics *Ivan Iliev*,



Blagoevgrad. From September 2013 to June 2017, she was registered as a university student in a Bachelor's Degree programme in Media Economics at UNWE, and from 2017 to 2018 she covered the requirements for a Master's Degree in Business Journalism and Production at UNWE. In March 2018 she started work as a reporter at *168 Hours Ltd*, writing materials for the printed and digital issues of the eponymous newspaper.

- *Academic and other positions occupied so far (including positions outside the higher education institution or research organisation).*

So far, the doctoral candidate Simona Vasileva Dimitrova has not occupied any academic or other positions.

- *Brief description of the implementation of the individual plan*

The individual plan of the doctoral student was completed on time, with all exams successfully passed and all seminars with students duly attended. In addition, Simona Dimitrova had an active publication record throughout the period of her doctoral studies.

## **2. General overview of the submitted dissertation**

The dissertation submitted by the doctoral candidate Simona Vasileva Dimitrova is on the following topic: *New Business Models in Print Media* and includes 200 pages, consisting of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of contributions, a list of research papers, a list of graphs and tables, annexes and bibliography listing 83 sources, 32 of which are in Bulgarian and 51 in English.

The contents follow a logical structure in which the doctoral student focuses first on the specific characteristics of print media as a market subject; secondly, she analyses the successful working business models used by global print media leaders; and thirdly, she presents the business model applied by Bulgaria Media Group, as well as the existing trends in the search for a new business model in print media, which is the essence of her dissertation thesis.

In the introduction special attention is paid to the relevance of the researched matter, which is unquestionable. Simona Dimitrova points out that the traditional models are no longer functional and that 'over the recent decades, the progress in information and communication technology and the changes in consumer behaviour have been so dynamic

and revolutionary that they have placed unprecedentedly serious challenges for these models. That is why it is so important to monitor how print media react to the changes in the markets and find new sustainable business models.’ In practical terms, the dissertation thesis authored by Simona Dimitrova, is an attempt to identify many and different aspects of the transformation of business models used by print media in a dynamically changing environment which makes the work of the researcher particularly challenging. There is no one clearly established and domineering business model in the media industry, but rather a number of different models reflecting the specificities of the respective media market, the scale of the business of the respective media group, the characteristics of the target audience, the content and quality of the created media products, etc.

The doctoral candidate has given a precise definition of the subject matter of her dissertation thesis, as well as of the object of the research work. The aim of the study is to make a comprehensive in-depth analysis of print media in Bulgaria and to search for various projections of business models of foreign media and media groups in the Bulgarian industry, to delineate their specificities and individual modus operandi in the transformation process. The dissertation thesis statement of the doctoral candidate is that the Bulgarian print media are constantly changing and adapting to the digitization of the media market eliminating the old business models and looking for new ways to generate profits.’ In order to prove her statement, Simona Dimitrova suggested 7 hypotheses which basically reflect the main directions in the processes of transformation of the business models in print media. There are precise and pertinent formulations of the goals of the dissertation thesis – to identify the main characteristics of print media, to study the significant processes and transformations on the print media market in Bulgaria over the last 10 years, to analyze new business models from the international practice on the basis of a few large media groups and to assess to what extent they can be applied in the Bulgarian media industry.

The scientific literature used shows excellent knowledge and appreciation of the theoretical sources on the subject matter of the dissertation thesis, both by Bulgarian and foreign authors. It should be noted that Simona Dimitrova cites only current and topical media studies which makes it possible for her to analyse effectively the processes taking place in the Bulgarian and the global media industry in recent times.

### **3. Assessment of the resulting scientific and applied research implications**

In her dissertation thesis on the subject of *New Business Models in Print Media*, the doctoral candidate Simona Dimitrova has achieved a number of significant results. First of all, there is an exhaustive and methodical account of the main characteristics of the newspaper industry, of the modern processes of transformation of the media environment in the conditions of convergence of the quality of journalism. There is also an extensive overview of the print media market in Bulgaria with an emphasis on the reasons for the press crisis in our country. On the basis of a number of reputable research studies, the author has pointed out the characteristics of the different media as economic subjects, and has included original tables with the main marketing, financial and production features, which show her competence and skills in summarising and systematising relevant information.

Simona Dimitrova has paid particular attention to the analysis of the theoretical literature on the subject of business models in print media, with a strong emphasis on their financing and the transformation processes of said models in the new media environment. Table 1.11 presents a comparative analysis of the traditional and the new business models which reveals in a very convincing way their main characteristics that are the subject matter of the dissertation thesis.

One of the unquestionable achievements of the dissertation thesis on the subject of *New Business Models in Print Media* is the in-depth and competent analysis of the business models of some of the most reputable print publications in the world – the *New York Times*, the daily British newspaper *The Guardian*, and the U.S. scientific magazine *National Geographic*. The author has cited topical and relevant studies of the leading business models on markets of various sizes, including the Spanish, British, and Finnish markets, and has presented a rich fact base and numerous examples showing the diversity of the transformations undergone in the actual practice of different global media, with a focus on the problematic issues and innovative approaches. Special attention is paid to the business models that can be adapted to the Bulgarian media environment consistent with the specificities of the Bulgarian print media market and the economic development of our country which has an unquestionable impact on the transformation processes in the media industry.

The analysis of the business model of *Bulgaria Media Group* made by the doctoral candidate Simona Dimitrova deserves a high assessment. It gives an account of the specificities of the publishing group, the characteristics and development of its major publications (particular attention is paid to the daily newspaper *24 Hours*, the weekly newspaper *168 Hours*, and the *Cosmos* magazine), with a special focus on the traditional and alternative sources of finances for the group. The critical review of the examples is impressive, as well as the in-depth analysis of the problems caused by the COVID-19 pandemic which had catastrophic consequences for the print media market.

In the process of her analysis, Simona Dimitrova used both qualitative and quantitative methods. The doctoral candidate presented the results of the comprehensive interviews she conducted, which offer a very interesting view of the transformation trends in the business models in our country, as well as a survey among users which traces the changes in the tastes and reading habits of the general public.

The author drew attention to the fact that ‘...the print media business model follows an industrial logic and has specific characteristics different from those of the online platforms where the professional work often goes hand in hand with amateur undertakings. That is why for quite some time there has been an unambiguous need for a new business model to ensure the successful work of the print media which are a risky business that often runs into a lot of difficulties in its strife to generate profits.’ On the basis of her research, the author claims that the traditional business model of the print media is not functional and points to the reasons why – i.e. the fierce competition by online media, the digitization and the fact that the media can no longer sustain their business from sales revenues and advertising only. She further highlighted that at this stage ‘print media in Bulgaria are only able to survive thanks to the hybrid business model they apply which combines the issuing of the newspaper with its online publications’. The main conclusion is that the models are different and each publisher relies on different approaches – branded content, optimisation of costs, new genres offered to advertisers, organisation of special events, sponsorships, EU projects, etc.

The dissertation thesis of Simona Dimitrova on the subject of *New Business Models in Print Media* shows that all the goals she has set for herself have been attained in a competent and skilful way, and that she has accomplished her primary objective – to present a comprehensive and in-depth analysis of the print media market in Bulgaria and to look for

projections of the business models of foreign media and media groups in the Bulgarian practice.

#### **4. Assessment of the scientific and applied research contributions**

The dissertation thesis of Simona Dimitrova on the subject of *New Business Models in Print Media* has its unquestionable scientific and applied research contributions, such as the critical analysis of the global business models of various global publications, including the *New York Times*, *The Guardian*, and *National Geographic*, the study of the current hybrid business models of the print media on the Bulgarian market, the definitions of the transformed elements in the business models of the print media on the basis of empirical studies and presentation of forecasts and suggestions for the development of the print media in Bulgaria.

#### **5. Assessment of the publications related to the dissertation**

The doctoral candidate Simona Dimitrova has presented three publications on the subject matter of her dissertation thesis: *'The Newspaper Industry and the Consequences of COVID-19'*, *'Business Models in Print Media'*, and *'Analysis of the Publications of Bulgaria Media Group'* which prove her active publication record. This gives me the reason to draw a conclusion that she has achieved a very good distribution of the attained results.

#### **6. Assessment of the abstract**

The abstract submitted by Simona Dimitrova contains all necessary elements and presents the main results achieved in the process of the study, as well as the scientific contributions and publications on the subject matter of her dissertation thesis.

#### **7. Critical remarks, recommendations and questions**

My question to the doctoral candidate is the following: In her opinion, which aspects of the global business models are not applicable or difficult to apply in the Bulgarian media industry?

## 8. Conclusion

I give a high assessment of the dissertation thesis on the subject of *New Business Models in Print Media* authored by Simona Dimitrova and I will vote in favour of the awarding of a Doctoral Degree (PhD) to Simona Vasileva Dimitrova.

26 April 2022  
Sofia

Signature: .....