



РЕЦЕНЗИЯ

От: проф.д-р Маргарита Йорданова Пешева
Варненски свободен университет

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“, професионално направление 3.5.
Обществени комуникации и информационни науки.

Основание за представяне на рецензията: решение на Катедрения съвет на катедра „*Медии и обществени комуникации*”

Автор на дисертационния труд: Симона Василева Димитрова

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

1. Информация за докторантката

Симона Димитрова се е обучавала в докторска програма по „*Организация и управление извън сферата на материалното производство*” в катедра „*Медии и обществени комуникации*”, факултет „*Икономика на инфраструктурата*” на УНСС, професионално направление 3.5. *Обществени комуникации и информационни науки.*

Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд има обем от **256 с.**, той съдържа **Увод, 3 глави, заключение, научни приноси, списък с научни публикации, списък с графики и таблици, приложение и библиография.**

Уводът подробно разглежда: актуалността и значимостта на темата и научно-практическата ѝ ориентация; извършеният теоретичен анализ на новите бизнес модели в печатните медии, който е цялостно разгледан в три глави. **Първа глава** е общотеоретична, в нея задълбочено се представят печатните медии като пазарен субект, голямата роля на пазара, в който интернет налага съвсем нови правила за бизнес на печатните медии. Това обуславя тяхната много силна трансформация и появата на

нови бизнес модели, които се развиват в хибридна среда. **Втора глава** прави анализ на някои успешни бизнес модели на печатните медии в Испания и Великобритания, както и някои световни печатни издания като вестниците: „Ню Йорк Таймс“ и „Гардиън“ и списанието „Нешънъл Джиографик“. Докторантката въвежда и специфичната тема за КОВИД-19 върху медийното разпространение на печатните издания, и отделните бизнес модели, които са приложими в България.

Трета глава съдържа емпиричен анализ на бизнес модела на „Медийна група България“, представен чрез две социологически изследвания, основани на качествени и количествени методики. Симона Димитрова анализира спецификите на пазара на печатните медии у нас с участието на 7 медийни експерти, които имат сериозен опит в създаването на печатни издания. Към това качествено изследване, тя добавя и количествено изследване с 50 респонденти относно техните потребности от такъв вид издания.

В Автореферата, докторантката представя всички задължителни реквизити за един дисертационен труд- научни задачи и хипотези, научни приноси, списък с научни публикации, списък с графики и таблици, приложения, които съдържат въпроси и участници в емпиричните изследвания, библиография.

Като структура, обем, обект и предмет на изследването, цели и задачи, дисертационният труд напълно отговаря на всички задължителни научни изисквания, които се прилагат към една докторска дисертация.

Обект на изследването са печатните медии-в световен мащаб и у нас, а **негов предмет** са новите бизнес модели, които се развиват в наши и чужди печатни медии, които имат дълга история и много висока професионална репутация. Обстойното разглеждане на печатни издания като: „Ню Йорк Таймс“, „Гардиън“ и „Нешънъл Джиографик“, както и на печатните издания на „Медийна група България“ придава висока достоверност на извършеното научно изследване, и направените от докторантката изводи и обобщения.

Главната изследователска цел е отлично дефинирана- тя се фокусира върху появата и развитието на новите бизнес модели, които се въвеждат и успешно прилагат в световно известни печатни медии, някои от които се прилагат и в печатните медии у нас.

Дисертационното изследване предлага осем водещи хипотези, които са свързани главно с промяната и трансформациите в онлайн среда на основните бизнес модели на печатните медии, в стремежа им да запазят и разширят читателската си аудитория.

Методите на изследване включват: анализ на икономическа, медийна и статистическа литература, маркетингови проучвания, авторски емпирични изследвания, основани на качествени и количествени методики във връзка с избора от печатните издания у нас на коренно различни бизнес модели, и проследяване на потребностите на читателската аудитория, както и обобщен анализ на развитието на издателската дейност в България.

Дисертационният труд е написан с много висока професионална компетентност, и на отличен език и стил. Той има ясна структура и убедителна научна систематизация.

Докторантката използва научна литература, която показва познания за автори и научни концепции, които се отнасят до този изследователски проблем. Тя показва нужната професионална компетентност, която ѝ позволява да осъществи научен анализ на един модерен и същевременно много сложен проблем в областта на медийната икономика. Всичко това напълно отговаря на задължителните изисквания за един дисертационен труд.

В дисертацията подробно се разглеждат главните посоки на трансформация на пазара на печатните медии, а именно: по отношение на появата и налагането на нови бизнес модели при печатните медии в световен мащаб и у нас; по отношение на въвеждането на разнообразни дейности в големите медийни групи, и тяхното желание да бъдат конкурентноспособни на пазара; по отношение на коренната промяна на медийното съдържание, което оказва силно влияние върху развитието на нови, коренно различни журналистически компетенции.

2. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати.

Основните научни резултати на дисертационното изследване могат да се резюмират в няколко изследователски посоки:

-Направен е обстоен научен анализ на глобалните бизнес модели в печатните медии чрез успешните практики на някои световни издания като „Ню Йорк Таймс“; ”Гардиън” и „Нешънъл Джиографик”;

-Разглеждат се някои хибридни модели за развитие на печатните медии в България, като се поставя акцент върху техните онлайн платформи;

-Представят се резултати от влиянието на глобалната пандемия КОВИД-19 върху бизнес моделите на печатните медии у нас и в световен мащаб, които съдържат конкретна и полезна информация;

-Избраната методология на дисертационното изследване дава възможност да се постигнат оптимални научни резултати. Докторантката използва в своето изследване теоретични и емпирични методи и индикатори, които ѝ позволяват да анализира този много сложен проблем от различни гледни точки, да представи и анализира вижданията на експертите и на читателите, какъв трябва да бъде оптималния модел печатните медии у нас. Съчетаването на теоретичния анализ, с конкретните резултати от проведените от докторантката две емпирични изследвания, основани н качествени и количествени методики, създава обективна моментна картина на бизнес моделите на печатните медии в България- в сложните условия на КОВИД пандемия;

-Цялостният научен анализ показва, че дисертационният труд успешно е изпълнил поставените задачи и е постигнал основната си цел- да анализира пазара на печатните медии и появата на нови бизнес модели, приложени от световните медии, които успешно се въвеждат и в България.

3. Оценка на научните и научно-приложни приноси

-Извършен е цялостен и задълбочен изследователски анализ на пазара на печатните медии в България за тригодишен период- от 2019г. до 2021г. в който на фокус е „Медийна група България“;

-В сравнителен план се разглеждат и анализират някои национални и чужди печатни издания, като се посочват факторите за устойчивост при въвеждането в тях на нови бизнес модели;

-Много подробно и с професионални аргументи се разглеждат глобалните медийни бизнес модели в световноизвестни печатни медии като „Ню Йорк Таймс“, „Гардиън“ и „Нешънъл Джогеографик“, прави се обстоен анализ доколко техните модели са приложими в развитието на българския медиен пазар;

-Извършено е качествено изследване с 5 отворени въпроси, зададени към 7 респонденти, които са известни журналисти и мениджъри в

печатни медии у нас. Неговите резултати са своеобразна концептуална рамка на цялото дисертационно изследване;

-Извършено е количествено изследване с 50 респонденти, които се разпределят по възраст, образование, пол, социален статус, въз основа на въпросник, който съдържа 20 отворени въпроси. Получените резултати от това изследване също са концептуална рамка на дисертационното изследване;

-Въз основа на проведените емпирични изследвания, докторантката дава свои предложения и прогнози за бъдещото развитие на печатните медии в България - в условията на бързо променящи се бизнес модели в онлайн среда.

4. Оценка на публикациите по дисертацията.

Докторантката Симона Димитрова е представила 3 научни публикации по темата на своята дисертация, като: научни съобщения и доклади, изнесени на международна конференция на младите учени на тема: *”Икономиката на България и Европейския съюз: предизвикателството на КОВИД-19”*(2021), *международна научна конференция на студенти и докторанти към катедра „Медии и обществени комуникации”*(2021) и *докторантски семинар, организиран от катедра „Медии и обществени комуникации”*(2021). Тези публикации напълно отговарят на необходимите научни изисквания, които се предявяват към една докторска дисертация.

5. Критични бележки, препоръки и въпроси

Моята основна препоръка е това много оригинално научно изследване да бъде издадено, след известна редакция. То несъмнено ще представлява интерес за широк кръг читатели- изследователи на медийния пазар, маркетинг мениджъри, бранд мениджъри, анализатори на медийно съдържание, контент анализатори на онлайн съдържание, експерти по реклама и връзки с обществеността, просветени читатели. Така ползата от извършения теоретичен анализ, проведените емпирични изследвания и направените изводи, ще получи по-голямо разпространение и много повече читатели.

6. Заключение

Като имам предвид постигнатите високи научни резултати в този дисертационен труд, сериозните теоретични познания на докторантката Симона Димитрова, обстояният научен анализ на хибридните бизнес модели на световни печатни медии, разглеждането на българския бизнес модел в някои печатни медии в условията на променяща се онлайн среда, и неговото адаптиране към условията на КОВИД- пандемията, а също и проведените емпирични изследвания, въз основа на качествени и количествени методики за развитието на бизнес модела на печатните медии у нас, **напълно убедено** предлагам на членовете на научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор” на **Симона Василева Димитрова** за нейната дисертация на тема: *„Нови бизнес модели в печатните медии”*, професионално направление 3.5.Обществени комуникации и информационни науки”.

София, 11 април 2022г.

Подпис:

проф.д-р Маргарита Пешева



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

REVIEW

From: **Prof. Dr. Margarita Yordanova Pesheva**, Varna Free University

Subject: dissertation for the award of educational and scientific degree "Doctor", professional field 3.5. Public communications and information sciences.

Grounds for submitting the review:

Decision of the Department Council of the Department of Media and Public Communications

Author of the dissertation: Simona Vasileva Dimitrova

Topic of the dissertation: "New business models in the print media"

1. Information about the doctoral student

Simona Dimitrova studied in a doctoral program in "Organization and management outside the field of material production" at the Department of Media and Public Communications, Faculty of Infrastructure Economics at UNWE, professional field 3.5. Public communications and information sciences.

General characteristics of the presented dissertation

The dissertation has a volume of 256 pages, it contains Introduction, 3 chapters, conclusion, scientific contributions, list of scientific publications, list of graphs and tables, appendix and bibliography. The introduction examines in detail: the relevance and importance of the topic and its scientific and practical orientation; the performed theoretical analysis of the new business models in the print media, which is comprehensively discussed in three chapters.

The first chapter is general theoretical, it thoroughly presents the print media as a market entity, the great role of the market in which the Internet imposes completely new rules for the print media business. This determines their very strong transformation and the emergence of new business models that are developing in a hybrid environment.

The second chapter analyzes some of the successful business models of the print media in Spain and the United Kingdom, as well as some of the world's

print media, such as the New York Times and The Guardian and National Geographic. The doctoral student also introduces the specific topic of KOVID-19 on the media distribution of printed publications, and the individual business models that are applicable in Bulgaria.

The third chapter contains an empirical analysis of the business model of Media Group Bulgaria, presented through two sociological studies based on qualitative and quantitative methodologies. Simona Dimitrova analyzes the specifics of the print media market in Bulgaria with the participation of 7 media experts who have extensive experience in creating print publications. To this qualitative study, she adds a quantitative study with 50 respondents about their needs for this type of publication.

In the Abstract, the doctoral student presents all the obligatory requisites for a dissertation - scientific tasks and hypotheses, scientific contributions, list of scientific publications, list of graphs and tables, applications that contain questions and participants in empirical research, bibliography. As a structure, volume, object and subject of the research, goals and tasks, the dissertation fully meets all the mandatory scientific requirements that apply to a doctoral dissertation.

The object of the study are the print media - worldwide and in our country, and its subject is the new business models that are developing in our and foreign print media, which have a long history and a very high professional reputation. Extensive consideration of printed publications such as the New York Times, The Guardian and National Geographic, as well as the printed editions of Media Group Bulgaria gives high credibility to the research conducted and the conclusions and summaries made by the doctoral student. The main research goal is well defined - it focuses on the emergence and development of new business models that are introduced and successfully applied in world-renowned print media, some of which are applied in the print media in our country. The dissertation research offers eight leading hypotheses, which are mainly related to the change and transformations in the online environment of the main business models of the print media, in their quest to maintain and expand their readership. Research methods include: analysis of economic, media and statistical literature, marketing research, authorial empirical research based on qualitative and quantitative methods in connection with the choice of printed publications in our country of radically different business models, and tracking the needs of readers, as well as a summary analysis of the development of publishing in Bulgaria.

The dissertation is written with very high professional competence, and in excellent language and style. It has a clear structure and convincing scientific systematization. The doctoral student uses scientific literature that shows

knowledge of authors and scientific concepts related to this research problem. She shows the necessary professional competence that allows her to perform scientific analysis of a modern and at the same time very complex problem in the field of media economics. All this fully meets the mandatory requirements for a dissertation. The dissertation examines in detail the main directions of market transformation

2. Evaluation of the obtained scientific and scientific-applied results.

The main scientific results of the dissertation research can be summarized in several research directions:

- A thorough scientific analysis of global business models in the print media has been made through the successful practices of some world publications such as the New York Times; The Guardian and National Geographic;

- Some hybrid models for the development of print media in Bulgaria are considered, with an emphasis on their online platforms;

- Results of the impact of the global pandemic KOVID-19 on the business models of the print media in our country and worldwide, which contain specific and useful information, are presented;

- The chosen methodology of the dissertation research gives the opportunity to achieve optimal scientific results. The doctoral student uses in her research theoretical and empirical methods and indicators that allow her to analyze this very complex problem from different points of view, to present and analyze the views of experts and readers, what should be the optimal model of print media in our country.

The combination of the theoretical analysis with the concrete results of the two empirical researches conducted by the doctoral student, based on qualitative and quantitative methodologies, creates an objective momentary picture of the business models of the print media in Bulgaria

- in the complex conditions of KOVID pandemic;

- The overall scientific analysis shows that the dissertation has successfully completed the tasks and has achieved its main goal - to analyze the print media market and the emergence of new business models applied by global media, which are successfully introduced in Bulgaria.

3. Evaluation of scientific and applied scientific contributions

- A comprehensive and in-depth research analysis of the print media market in Bulgaria has been performed for a three-year period - from 2019. until 2021 in which the focus is "Media Group Bulgaria";

- Comparatively, some national and foreign publications are considered and analyzed, indicating the factors of sustainability in the introduction of new business models;

- The global media business models in world-famous print media such as the New York Times, The Guardian and National Geographic are examined in great detail and with professional arguments;

-A qualitative survey was conducted with 5 open-ended questions asked to 7 respondents who are well-known journalists and managers in the print media in our country. Its results are a kind of conceptual framework of the whole dissertation research;

-A quantitative survey was conducted with 50 respondents, distributed by age, education, gender, social status, based on a questionnaire containing 20 open-ended questions. The results obtained from this research are also a conceptual framework of the dissertation research;

- Based on the basis of empirical research, the doctoral student gives her suggestions and forecasts for the future development of the print media in Bulgaria - in the conditions of rapidly changing business models in the online environment.

4. Evaluation of the dissertation publications.

The doctoral student Simona Dimitrova presented 3 scientific publications on the topic of her dissertation, such as: scientific reports and reports presented at an international conference of young scientists on "The Economy of Bulgaria and the European Union: the Challenge of KOVID-19" (2021), international scientific conference of students and doctoral students at the Department of Media and Public Communications (2021) and a doctoral seminar organized by the Department of Media and Public Communications (2021). These publications fully meet the necessary scientific requirements for a doctoral dissertation

5. Critical remarks, recommendations and questions

My main recommendation is that this very original research be published, after some editing. It will undoubtedly be of interest to a wide range of readers - media market researchers, marketing managers, brand managers, media content analysts, content analysts, online content experts, advertising and public relations experts, enlightened readers. The conducted empirical research and the conclusions made will be more widespread and much more readers.

6. Conclusion:

Considering the high scientific results achieved in this dissertation, the serious theoretical knowledge of **PhD student Simona Dimitrova**, the thorough scientific analysis of hybrid business models of global print media, the Bulgarian business model in some print media in a changing online environment, and its adaptation to the conditions of the KOVID pandemic, as well as the conducted empirical research, based on qualitative and quantitative methodologies for the development of the business model of the print media in our country, I strongly suggest to the members of the scientific jury to award the educational and scientific degree "**Doctor**" to **Simona Vasileva Dimitrova** for her dissertation on the topic: "New business models in the print media", professional field 3.5.Public Communications and Information Sciences ".

Sofia, April 11, 2022

Signature: Prof. Dr. Margarita Pesheva