



СТ А Н О В И Щ Е

От: *от проф. Мариана Янева*
Университет за национално и световно стопанство;

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен
„доктор“ по *научна специалност в УНСС.*

Автор на дисертационния труд: *Ирина Данаилова Карадакова*
Тема на дисертационния труд: *„Влияние на програмите за лоялност върху фирмената политика в хотелиерството“*

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 836/19.03.2026 г. на Ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Икономика на туризма“, факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС по *научна специалност* 3.8. Икономика, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“, съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС 836/19.03.2026 г. Обучението е осъществено в *задочна* форма.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Дисертационният труд е в обем от 219 страници. В структурно отношение се състои от увод от 14 стр., изложение в три глави – 191 страници основен текст, заключение от 2 стр., списък с фигури, списък с таблици и списък със съкращения. Списъкът на литературните източници е съставен от 154 заглавия, 47 от които на кирилица, 70 на латиница и 37 от интернет.

Дисертационният труд обвързва теоретико-методологичните въпроси, като анализира маркетинговата пазарна среда, диагностицира формулирането на стратегически насоки за усъвършенстване влиянието на програмите за лоялност върху фирмената политика в хотелиерството.

Дисертацията е разработена в структурно отношение с увод, три глави, заключение, използвана литература, приноси на докторанта по темата, справка на публикации и дисертационния труд и приложения.

В увода е изложена **актуалността** и значимостта на темата, дефинирани са някои ключови понятия. Формулирани са обекта и предмета на изследване, заявена е основната цел на разработката и са набелязани серия задачи за нейното изпълнение. Представени са също методите на изследване в теоретичната и в изследователската част на работата, както и някои ограничения към настоящото проучване.

Обект на научното изследване е фирмената политика на хотелските предприятия в контекста на прилагането на програми за лоялност. **Предмет** на изследването са програмите за лоялност в хотелиерството и тяхното отражение върху управлението на взаимоотношенията с клиентите.

Тезата е свързана с ефективното разработване и прилагане на програми за лоялност в международните хотелски вериги. Кое от своя страна е свързано с поставената цел и като резултат води до повишаване на клиентската лоялност и конкурентоспособността на хотелите. Програмите за лоялност, също така влияят върху вътрешноорганизационната политика и управленските решения, с възможност за прилагане и в условията на българския хотелски пазар. **Целта** на научното изследване е да установи влиянието на програмите за потребителската лоялност за формирането и развитието на фирмената политика в хотелиерството. **Задачите** кореспондират с възможността за доказване на поставената цел, като изясняват същността и значението на програмите за лоялност, от теоретична гледна точка; анализират основните теоретични концепции и практики в националната туристическа и фирмена политика; изследват ролята на програмите за лоялност. Разработват и прилагат подходи, въз основа на маркетингови инструменти и теоретични концепции, с цел измерване и оценка на ефективността на програмите за лоялност. Изследват влиянието на програмите за лоялност върху ценовата, продуктова и комуникационна политика на хотелските предприятия, както и оценяват съвременните програми за лоялност, прилагани от международните хотелски вериги, с възможност за формулиране на препоръки към хотелските предприятия.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Резултатите, касаещи **първа глава** се фокусират върху развитието и приложението на програмите за клиентска лоялност, спрямо теоретичните концепции и фирмените политики, като инструмент за позициониране на бранда и тяхното приложение в туризма.

Относно резултатите по **втора глава**, акцент се поставя върху маркетинговата политика на хотелските предприятия, с анализ на маркетинговите инструменти в туризма, както и с извеждане на значението на програмите за лоялност, в контекста на хотелския маркетинг. Представени са и показатели за измерване на лоялността.

Приложните резултати по **трета глава** са свързани с емпиричното изследване на съвременните програми за лоялност, използвани от международните хотелски вериги, както и на тяхната оценка, от гледна точка на потребителите и възможностите за приложение в българската хотелска практика. Важен резултат е разработването на система от критерии за оценка на програмите за лоялност и се анализират резултатите от проведено анкетно проучване.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Представените в автореферата от докторанта приноси изразяват преди всичко резултатите, постигнати от нея по повод на теоретико-методологичните и практико-приложни задачи.

По мое мнение приносите трябва да бъдат с по-обобщен характер, произтичащ от по-високото ниво на значимост, постигната в труда.

Могат да се обобщят следните **теоретични приноси**:

1. Докторантът анализира и интерпретира взаимодействието между националната туристическа политика и фирмената стратегия, в контекста на използваните и прилагани програми за лоялност от водещи туристически компании, със структуриране на авторова позиция.

2. Реализирано е измерване на ефективността на програмите за лоялност, посредством отчитане на взаимодействието на маркетинговите инструменти.

Могат да се обобщят и следните **методологични и практико-приложни приноси**:

3. Разписани са методологична рамка и система за оценка на съвременни програми за лоялност.

4. Направена е систематизация от практически насоки за усъвършенстване на съществуващи програми за лоялност и за по-ефективното им интегриране във фирмената политика на хотелските предприятия.

5. Съставени са препоръки за адаптиране на международния опит към специфичните условия на българския хотелски пазар, с цел повишаване на хотелската ефективност и конкурентоспособност на хотелските компании.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът представя пет индивидуални публикации – всички от тях пряко свързани с темата на дисертацията. Публикациите касаят измерване на лоялността в туризма; програмите за лоялност, като история на успех; създаване на потребителска лоялност, чрез диверсификация на хотелски брандове; иновативни технологии за ефективно управление на хотели, както и пазарни влияния върху поведението на градски бизнес хотели.

Посочените публикации отговарят на изискуемите, както според националните изисквания, така и според стандартите на УНСС.

6. Оценка на автореферата

Авторефератът включва изискуемите реквизити, по повод обсъждането на дисертационния труд на разширен катедрен съвет, състава на научното жури, както и реквизитите на дисертационния труд – увод, с актуалност и значимост, структура и съдържание, както и синтезирано изложение на дисертацията по трите глави и приложенията. Авторефератът представя и изведените от докторанта научни приноси, които в настоящото становище са модифицирани и преработени от становчика.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Критичните ми бележки са свързани с необходимост в бъдещи изследвания докторант Ирина Карадакова да прецизира в по-висока степен изложените от нея тези и авторови заключения.

Препоръчвам докторант Карадакова да приложи изведените от нея методологични и практико-приложни насоки в различни консултантски проекти, извън хотел Интерконтинентал, а именно – насочени към други хотелски предприятия, с цел усъвършенстване на програмите им за лоялност или разписване от самата нея на такива.

Въпрос към докторанта: Могат ли предложените от Вас програми за лоялност да бъдат персонифицирани конкретно за ресторантьорския бизнес и какви специфични индикатори бихте предложили по подобни програми?

8. Заключение

Дисертационният труд представлява добросъвестно осъществено, оригинално и мащабно научно-приложно изследване в актуална област на научните изследвания по туризъм, в частност на политиките при създаване и управление на програми за лоялност в хотелиерството. Той отговаря на изискванията на ЗРАСРБ и на Правилника за неговото прилагане. Това ми дава основание да дам **положителна оценка** за присъждане на образователната и научна степен „доктор” в професионално направление 3.8 Икономика, докторска програма „Икономика и управление (туризъм)” на **Ирина Данаилова Карадакова**.

01.04.2026 г.
София

Подпис:
(проф. д-р Мариана Янева)



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

SCIENTIFIC REVIEW

From: Prof. Dr. Mariana Ianeva
University of National and World Economy

About: Dissertation paperwork for awarding the educational and scientific degree “PhD” in a scientific specialty at the UNWE.

Author of the dissertation paperwork: Irina Danailova Karadakova

Topic of the dissertation paperwork: “Impact of Loyalty Programs on Corporate Policy in the Hotel Industry”

Reason for submitting the scientific review: participation in the scientific jury for the defense of the dissertation paperwork, according to Order No. 836/19.03.2026 of the Rector of the UNWE.

Обучението е осъществено в задочна форма на обучение.

1. Information about the PhD candidate

The PhD candidate studied a PhD program at the Department of “Economics of Tourism”, Faculty of “Infrastructure Economics” at UNWE in scientific field 3.8 Economics, specialty “Economics and Management (Tourism)”, in accordance with Order No. 836/19.03.2026 of the Vice-Rector for Research of UNWE. The training was conducted in part-time training.

2. General characteristics of the presented dissertation paperwork

The dissertation consists of 219 pages. Structurally, it includes an introduction of 14 pages, a main body in three chapters – 191 pages, a conclusion of 2 pages, a list of figures, a list of tables, and a list of abbreviations. The bibliography contains 154 sources, of which 47 are in Cyrillic, 70 in Latin, and 37 from the Internet.

The dissertation paperwork links theoretical and methodological issues by analyzing the marketing environment, diagnosing and formulating strategic directions for improving the impact of loyalty programs on corporate policy in the hotel industry.

The dissertation paperwork is structured with an introduction, three chapters, conclusion, references, contributions of the PhD candidate, list of publications, and appendices.

The introduction presents the relevance and significance of the topic and defines key concepts. The object and subject of the research are formulated, the main goal is stated, and a set of tasks is outlined. The research methods are also presented, along with certain limitations.

The **object of the research** is the corporate policy of hotel enterprises in the context of implementing loyalty programs. The **subject** is loyalty programs in the hotel industry and

their impact on customer relationship management.

The **thesis** is related to the effective development and implementation of loyalty programs in international hotel chains. Which in turn is related to the goal and as a result leads to an increase in customer loyalty and the competitiveness of hotels. Loyalty programs also influence internal organizational policy and management decisions, with the possibility of application in the conditions of the Bulgarian hotel market. The **goal** of the scientific research is to establish the influence of consumer loyalty programs on the formation and development of corporate policy in the hotel industry. The **tasks** correspond to the possibility of proving the set goal by clarifying the essence and importance of loyalty programs from a theoretical point of view; analyzing the main theoretical concepts and practices in national tourism and corporate policy; exploring the role of loyalty programs. Developing and implementing approaches based on marketing tools and theoretical concepts to measure and evaluate the effectiveness of loyalty programs. They study the influence of loyalty programs on the pricing, product and communication policies of hotel enterprises, as well as evaluate modern loyalty programs implemented by international hotel chains, with the possibility of formulating recommendations to hotel enterprises.

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

The results of the **first chapter** focus on the development and application of customer loyalty programs, in relation to theoretical concepts and company policies, as a tool for brand positioning and their application in tourism.

Regarding the results of the **second chapter**, emphasis is placed on the marketing policy of hotel enterprises, with an analysis of marketing tools in tourism, as well as with the derivation of the importance of loyalty programs in the context of hotel marketing. Indicators for measuring loyalty are also presented.

The applied results of the **third chapter** are related to the empirical study of modern loyalty programs used by international hotel chains, as well as their evaluation from the perspective of consumers and the possibilities for application in Bulgarian hotel practice. An important result is the development of a system of criteria for evaluating loyalty programs and the analysis of the results of a survey.

4. Evaluation of scientific and applied scientific contributions

The contributions presented in the abstract by the PhD student primarily express the results achieved by her in relation to the theoretical-methodological and practical-applied tasks.

In my opinion, the contributions should be of a more generalized nature, resulting from the higher level of significance achieved in the paperwork.

The following theoretical contributions can be summarized:

1. The PhD student analyzes and interprets the interaction between the national tourism policy and the company strategy, in the context of the loyalty programs used and implemented by leading tourism companies, with the structuring of the author's position.

2. The effectiveness of loyalty programs has been measured by taking into account the interaction of marketing tools.

The following methodological and practical-applied contributions can also be summarized:

3. A methodological framework and system for evaluating modern loyalty programs have been outlined.

4. A systematization of practical guidelines for improving existing loyalty programs

and for their more effective integration into the corporate policy of hotel enterprises has been made.

5. Recommendations have been made for adapting international experience to the specific conditions of the Bulgarian hotel market, in order to increase hotel efficiency and competitiveness of hotel companies.

5. Evaluation of the publications on the dissertation paperwork

The PhD student presents five individual publications – all of them directly related to the topic of the dissertation. The publications concern measuring loyalty in tourism; loyalty programs as a success story; creating consumer loyalty through diversification of hotel brands; innovative technologies for effective hotel management, as well as market influences on the behavior of urban business hotels.

The indicated publications meet the requirements, both according to national requirements and according to the standards of the UNWE.

6. Evaluation of the abstract

The abstract includes the required requisites regarding the discussion of the dissertation work by an extended department council, the composition of the scientific jury, as well as the requisites of the dissertation work – introduction, with relevance and significance, structure and content, as well as a synthesized presentation of the dissertation in the three chapters and appendices. The abstract also presents the scientific contributions derived by the PhD student, which in this opinion have been modified and revised by the scientific reviewer.

7. Critical notes, recommendations and questions

My critical remarks are related to the need for PhD student Irina Karadakova to further refine her theses and author's conclusions in future research.

I **recommend** that PhD student Karadakova apply the methodological and practical guidelines she has drawn in various consulting projects, outside of the Intercontinental Hotel, namely – aimed at other hotel enterprises, with the aim of improving their loyalty programs or writing such ones herself.

Question to the PhD student: Can the loyalty programs you propose be personalized specifically for the restaurant business and what specific indicators would you suggest for such programs?

8. Conclusion

The dissertation paperwork represents a conscientiously carried out, original and scientifically applied research in the field of wedding tourism. It meets the requirements of the WDACRB and the Regulations for its implementation. This gives me reason to give a **positive assessment** for awarding the educational and scientific degree "doctor" in the professional field 3.8 Economics, PhD program "Economics and Management (Tourism)" to Irina Danailova Karadakova.

01.04.2026
Sofia

Signature:
(Prof. Dr. Mariana Ianeva)