



СТ А Н О В И Щ Е

От: доц. д-р Любка Минчева Илиева

Катедра „Икономика и управление на туризма“, Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов, Научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“ 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

Докторантът Ирина Данаилова Карадакова се е обучавала по докторска програма към катедра „Икономика на туризма“, факултет „Икономика на инфраструктурата“ на Университета за национално и световно стопанство по научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“ като задочен докторант на обучение, субсидирано от държавата.

Зачислена е със Заповед № 1033/17.04.2019 г. на Ректора на УНСС със срок на обучение 4 (четири) години, считано от 02.04.2019 г. до 02.04.2023 г.

Отчислена е със заповед № 844/19.03.2026 г. с право на защита на дисертационен труд, считано от 16.03.2026 г., поради изпълнение на дейностите по индивидуалния учебен план и положително решение на обучаващата катедра.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

Обемът на дисертационния труд е 246 страници и се отличава с

добре балансирана структура: увод (3 стр.), изложение в три глави (200 стр.), заключение (2 стр.), списък на литературата (11 стр.) и приложения (18 стр.).

Актуалността на темата произтича от нарастващото значение на клиентската лоялност като фактор за конкурентоспособност, като програмите за лоялност се утвърждават като ключов маркетингов инструмент. Обект на изследване е фирмената политика на хотелските предприятия, а предмет – програмите за лоялност и тяхното влияние върху управлението на взаимоотношенията с клиентите. Целта е да се установи тяхното влияние върху фирмената политика чрез теоретичен анализ, изследване на маркетинговата практика, оценка на ефективността и анализ на международни практики с насоки за българската среда.

Изследването е подчинено на тезата, че ефективното прилагане на програмите за лоялност повишава клиентската лоялност и конкурентоспособността и влияе съществено върху фирмената политика.

Използвани са 154 източника (58 на кирилица, 60 на латиница и 36 интернет), като изводите са онагледени с 20 таблици и 60 фигури. Стилът е прецизен и научно издържан.

Дисертационният труд отговаря на изискванията на чл. 27, ал. 2 от ППЗРАСРБ.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Докторантът използва подходящи изследователски подходи и методи за постигане на поставената научна цел, като: диалектически, логически и системен подход, индукция и дедукция, анализ и синтез, сравнителен анализ, наблюдение, документален метод (desk research) и анкетен метод.

В емпиричната част е проведено електронно анкетно проучване чрез Microsoft Forms сред представители на хотелиерския бизнес, като са обработени отговорите на 101 респонденти – мениджъри и експерти. Анкетата включва 16 въпроса, част от които са структурирани чрез Ликертова скала, което позволява количествен анализ на ролята и влиянието на програмите за лоялност върху фирмената политика.

В първа глава е систематизирана теоретичната рамка на програмите за лоялност и тяхното значение като маркетингов инструмент. Във втора глава е анализирана маркетинговата политика на хотелските предприятия и взаимодействието ѝ с програмите за лоялност, като са предложени подходи за оценка на тяхната ефективност. В трета глава е представено емпиричното изследване и е разработена система за оценка на програмите за лоялност, на основата на която са формулирани изводи и препоръки за

българската практика.

Като основен научно-приложен резултат се откроява разработването на интегриран модел и система за оценка на програмите за лоялност с практическа приложимост за повишаване на конкурентоспособността на хотелските предприятия.

Съдържанието на дисертационния труд доказва, че поставената научна цел е постигната, а изследователските задачи са решени.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Посочените от докторанта научни и научно-приложни приноси в автореферата могат да бъдат приети като коректно формулирани и съответстващи на съдържанието на дисертационния труд. Формулираните 10 приноса могат да бъдат обобщени в следните основни направления.

Първо, обогатена и систематизирана е теоретичната рамка на програмите за лоялност като съвременен маркетингов инструмент с ключово значение за фирмената политика и управлението на взаимоотношенията с клиентите.

Второ, анализирано и оценено е влиянието на програмите за лоялност върху основните елементи на маркетинговата политика и тяхната роля за повишаване на конкурентоспособността на хотелските предприятия.

Трето, разработен е авторов интегриран модел и система за оценка на програмите за лоялност с практическа приложимост в управленската практика.

Четвърто, на основата на емпиричното изследване са формулирани изводи и препоръки за усъвършенстване на програмите за лоялност в българската хотелска практика.

В обобщение, приносите са релевантни, логически обосновани и притежават както теоретична, така и практическа стойност.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Ирина Карадакова представя шест публикации по темата на дисертационния труд – самостоятелни статии и научни доклади, публикувани в сборници от научни форуми и електронни издания. Публикациите отразяват основните резултати от изследването и осигуряват необходимата публичност на разработката.

6. Оценка на автореферата

Представеният автореферат е изготвен на български и английски език и коректно отразява съдържанието на дисертационния труд – цел, задачи, обект и предмет, методология, резултати и приноси. Структуриран е ясно и логически последователно, като представя в синтезиран вид

същността на изследването и основните изводи. Съдържанието и оформлението му отговарят на нормативните изисквания за придобиване на образователната и научна степен „доктор“.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Дисертационният труд би спечелил при по-широко прилагане на статистически методи за проверка на значимостта на резултатите от анкетното проучване. Полезността на изследването може да се повиши чрез разширяване на емпиричната база, включително сравнителен анализ между различни хотелски вериги и по-голям брой респонденти.

Бих препоръчала в бъдещата си научноизследователска работа докторантът да насочи внимание към изследване на поведението и нагласите на крайните потребители на хотелските услуги, с цел допълване на представената експертна гледна точка.

С цел стимулиране на дискусията при защитата се поставят следните въпроси:

Първо, до каква степен програмите за лоялност могат да бъдат ефективно адаптирани към условията на малки и независими хотелски предприятия в България?

Второ, каква е ролята на дигиталните технологии и персонализацията при развитието на съвременните програми за лоялност в хотелиерството?

8. Заключение

Докторантът изпълнява минималните национални изисквания по чл. 26, ал. 2 и 3 от Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) за придобиване на образователната и научна степен „доктор“. Представеният дисертационен труд отговаря на изискванията на ЗРАСРБ и на Правилника за неговото прилагане, като съдържа научни и научно-приложни резултати и приноси, релевантни на изследваната проблематика.

Предлагам на уважаемите членове на Научното жури да гласуват „за“ присъждането на образователната и научна степен „доктор“ в област на висшето образование 3. „Социални, икономически и правни науки“, професионално направление 3.8. „Икономика“, научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“ на Ирина Данаилова Карадакова – задочен докторант в катедра „Икономика на туризма“ в Университета за национално и световно стопанство.

16.04.2026 г.
гр. Свищов

Изготвил становището:
/доц. д-р Любка Илиева/



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

OPINION

From: Assoc. Prof. Lyubka Mincheva Ilieva, PhD

Department of Tourism Economics and Management, D. A. Tsenov Academy of Economics - Svishtov, scientific specialty Economics and Management (Tourism)

Regarding: Dissertation for awarding the educational and scientific degree of "**Doctor**" in the scientific specialty Economics and Management (Tourism) at the UNWE.

Author of dissertation: Irina Danailova Karadakova

Dissertation topic: THE IMPACT OF LOYALTY PROGRAMS ON CORPORATE POLICY IN THE HOTEL INDUSTRY

Grounds for submitting the opinion: participation as a member of the scientific jury for the defense of the dissertation in accordance with Order № №836/19.03.2026 of the Rector of UNWE

1. Information about the dissertation defender

Irina Danailova Karadakova studied under the doctoral program at the Department of Economics of Tourism, Faculty of Economics of Infrastructure of the University of National and World Economy (UNWE) in the scientific specialty "Economics and Management (Tourism)" as a part-time doctoral student in state-subsidized training.

She was enrolled with Order No. 1033/17.04.2019 of the Rector of UNWE with a study period of 4 (four) years from 02.04.2019 to 02.04.2023.

She was dismissed with Order No. 844/19.03.2026 with the right to defend a dissertation, effective from 16.03.2026, due to the fulfillment of the activities under the individual study plan and a positive decision of the training department.

2. General characterization of the presented dissertation

The volume of the dissertation is 246 pages and is distinguished by a well-balanced structure: introduction (3 pages), an exposition in three chapters (200 pages), conclusion (2 pages), a list of literature (11 pages) and appendices (18 pages).

The topicality of the topic stems from the growing importance of customer loyalty as a factor for competitiveness, with loyalty programs being

established as a key marketing tool. The object of research is the corporate policy of hotel enterprises, and the subject – loyalty programs and their influence on customer relationship management. The aim is to establish their influence on corporate policy through theoretical analysis, research of marketing practice, assessment of effectiveness and analysis of international practices with guidelines for the Bulgarian environment.

The study is based on the thesis that the effective implementation of loyalty programs increases customer loyalty and competitiveness and significantly affects corporate policy.

154 sources were used (58 in Cyrillic, 60 in Latin and 36 from the Internet), and the conclusions were illustrated with 20 tables and 60 figures. The style is precise and scientifically sound.

The dissertation fulfills the requirements of Art. 27, para. 2 of the Regulations for the implementation of the Act on the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria.

3. Evaluation of the obtained scientific and applied research findings

The doctoral student uses appropriate research approaches and methods to achieve the set scientific goal, such as: dialectical, logical and systematic approach, induction and deduction, analysis and synthesis, comparative analysis, observation, documentary method (desk research) and survey method.

In the empirical part, an electronic survey was conducted using Microsoft Forms among representatives of the hotel business, and the answers of 101 respondents - managers and experts were processed. The survey includes 16 questions, some of which are structured using a Likert scale, which allows for a quantitative analysis of the role and influence of loyalty programs on company policy.

In the first chapter, the theoretical framework of loyalty programs and their importance as a marketing tool is systematized. In the second chapter, the marketing policy of hotel enterprises and its interaction with loyalty programs are analyzed, and approaches for assessing their effectiveness are proposed. The third chapter presents the empirical research and develops a system for evaluating loyalty programs, based on which conclusions and recommendations for Bulgarian practice are formulated.

The main scientific and applied result is the development of an integrated model and system for evaluating loyalty programs with practical applicability for increasing the competitiveness of hotel enterprises.

The content of the dissertation proves that the scientific goal has been achieved and the research tasks have been solved.

4. Evaluation of the scientific and applied research contributions

The scientific and applied scientific contributions indicated by the doctoral student in the abstract can be accepted as correctly formulated and corresponding to the content of the dissertation work. The formulated 10 contributions can be summarized in the following main directions.

First, the theoretical framework of loyalty programs as a modern marketing tool with key importance for company policy and customer relationship management has been enriched and systematized.

Second, the influence of loyalty programs on the main elements of marketing policy and their role in increasing the competitiveness of hotel enterprises has been analyzed and evaluated.

Third, the author's integrated model and system for evaluating loyalty programs with practical applicability in management practice have been developed.

Fourth, conclusions and recommendations for improving loyalty programs in Bulgarian hotel practice have been formulated based on the empirical research.

In summary, the contributions are relevant, logically sound, and possess both theoretical and practical value.

5. Evaluation of the publications on the dissertation

Irina Karadakova presents six publications on the topic of the dissertation work – independent articles and scientific reports published in proceedings of scientific forums and electronic publications. The publications reflect the main results of the research and provide the necessary publicity for the dissertation work.

6. Evaluation of the summary

The presented abstract is prepared in Bulgarian and English and correctly reflects the content of the dissertation work – goal, tasks, object and subject, methodology, results and contributions. It is structured clearly and logically, consistently, presenting in a synthesized form the essence of the research and the main conclusions. Its content and layout meet the regulatory requirements for acquiring the educational and scientific degree of "doctor".

7. Critical remarks, recommendations and questions

The dissertation would benefit from a broader application of statistical methods to verify the significance of the survey results. The usefulness of the study could be increased by expanding the empirical base, including a comparative analysis between different hotel chains and a larger number of respondents.

I would recommend that in his future research work, the doctoral student focus on studying the behavior and attitudes of end users of hotel services, in order to complement the presented expert point of view.

In order to stimulate the discussion during the defense, the following **questions** are posed:

First, to what extent can loyalty programs be effectively adapted to the conditions of small and independent hotel enterprises in Bulgaria?

Second, what is the role of digital technologies and personalization in the development of modern loyalty programs in the hotel industry?

8. Conclusion

The doctoral student exceeds the minimum national requirements under Art. 2b, para. 2 and 3 of the Act on the Development of the Academic Staff in the Republic of Bulgaria (ADASRB).

The submitted dissertation fully meets the requirements of the ADASRB and the Regulations for its implementation.

Conclusion: I propose to the esteemed members of the Scientific Jury to vote “in favour” the awarding of the educational and scientific degree of "doctor" in the field of higher education 3. "Social, economic and legal sciences", professional direction 3.8. "Economics", scientific specialty "Economics and Management (Tourism)" of Irina Danailova Karadakova – part-time doctoral student in the Department of Economics of Tourism at the University of National and World Economy.

16.04.2026

Svishtov

Opinion drawn up by:

(Assoc. Prof. Lyubka Ilieva, PhD)