



## УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

### **РЕЦЕНЗИЯ**

**от доц. д-р Ася Димитрова Панджерова**

Университет за национално и световно стопанство – София

Професионално направление 3.8. „Икономика“

Научна специалност „Икономика и управление (управление на проекти в туризма)“

**Относно:** дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по професионално направление „Икономика“, научна специалност „Икономика и управление (Туризм)“ в УНСС – София.

**Основание** за представяне на рецензията: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 826/19.03.2026 г. на Заместник - ректора по научноизследователска дейност на УНСС.

Автор на дисертационния труд: **Ирина Данаилова Карадакова**

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

#### **1. Информация за дисертанта**

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Икономика на туризма“ при факултет „Икономика на инфраструктурата“ на УНСС по научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“, съгласно Заповед 1033/17.04.2019 г. на Ректора на УНСС. Обучението се осъществява в задочна форма в периода от 02.04.2019 г. до 02.04.2026 г.

Докторантът има богат професионален опит в сферата на хотелиерството и ресторантьорството, който е развит е един от ключовите за столицата 5 звездни хотелски обекти – Хотел Интерконтинентал София. Там докторантът заема последователно позициите Супервайзър Закуска, Супервайзър Храни и Напитки, Заместник Мениджър заведение, Мениджър Ресторант, а към настоящия момент заема позицията Мениджър Храни и Напитки. Съществен принос за експертизата му има проектния му опит и участието му в практически обучения за внедряване и прилагане на световни стандарти и оперативни процеси в ресторантьорството и обучение на екипи. В периода 2021-2026 г. участва в редица програми за професионално развитие на таланти, фокусирани върху стратегическо лидерство и подготовка за позиции във висшия мениджмънт в хотелската индустрия. Владее английски, италиански и руски език. Притежава отлични социални, организационни и технически умения и компетенции, в т.ч. работи с хотелски операционни системи, дигитални инструменти за управление на събития и оперативни процеси.

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

Представеният дисертационен труд на тема: „**Влияние на програмите за лоялност върху фирмената политика в хотелиерството**“ е в общ **обем** от 219 страници. Състои се от увод (14 стр.), изложение в три глави (191 стр.), заключение (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. **Структурата** на дисертационния труд се характеризира с добра последователност и логичност в изложението. Наличен е добър баланс в обема на трите глави, както и между отделните параграфи.

**Изборът на конкретната тема** и индивидуалните мотиви за разработката на дисертационния труд са много добре обосновани. Несъмнено, темата е **актуална и значима**, тъй като съчетава лоялността в хотелиерството с фирмената политика. **Обектът и предметът** на изследването са коректно дефинирани. **Обект** на научното изследване е фирмената политика на хотелските предприятия в контекста на прилагането на програми за лоялност. За **предмет** на изследването са възприети програмите за лоялност в хотелиерството и тяхното отражение върху управлението на взаимоотношенията с клиентите. В рамките на дисертационния труд, чрез

детайлизирано теоретико-методологическо и практико-приложно изследване е постигната **целта** на дисертацията, която е насочена към установяване влиянието на програмите за потребителската лоялност за формирането и развитието на фирмената политика в хотелиерството. За постигането на целта, докторантът дефинира десет **изследователски задачи**, които постига в отделните глави на представения докторантски труд. В дисертационния труд е формулирана **тезата**, че „ефективното разработване и прилагане на програми за лоялност в международните хотелски вериги води до повишаване на клиентската лоялност и конкурентоспособността на хотелите, като същевременно оказва съществено влияние върху вътрешноорганизационната политика и управленските решения, като при адаптиране на добрите практики може успешно да се приложи и в условията на българския хотелски пазар.“ За реализирането на целите на разработката е използван **методически инструментариум**, включващ прилагането на логически, исторически, индуктивно-дедуктивен и системен подход. Поставени са три **ограничения** при разработването на труда. Систематизирани са в групи **источниците на информационно осигуряване**. Подчертана е **научната новост и полезност** на дисертационния труд.

**Използваната литература** включва съвременни и актуални заглавия на кирилица, латиница и интернет източници. Тя подпомага задълбочения критичен анализ на изследваната проблематика, изясняването на терминологичните уточнения и понятийния апарат. В цялата научна разработка литературните източници са използвани добросъвестно и коректно от докторанта, което позволява да се открие **личния му принос**.

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

Съдържанието на труда дава основание да се посочи, че структурата, върху която той е изграден, позволява да се приложи последователен и логически обоснован изследователски подход. В композиционно отношение, всяка една от частите на дисертацията е напълно **завършена и самостоятелна**, което дава възможност да се проследи цялостната проблематика на изследването. Получените научно-приложни резултати в дисертационния труд се съдържат в увода и трите глави на разработката.

**Първа глава** на дисертационния труд изследва същността на клиентската лоялност и програмите за лоялност като ключов инструмент в съвременния маркетинг.

Тя се фокусира върху теоретичното изясняване на термина, като идентифицира неговите ключови специфики. Специално внимание е отделено на теоретичните концепции и практики за национална туристическа и фирмена политика. За целите на изследването терминът политика е интерпретиран като отраслова туристическа политика, част от международната и националната политика и фирмена политика (като политика хотела) в сферата на туризма, свързана с произтичащата от това маркетингова политика в сектора на хотелиерството. Отделено е място и на програмите за лоялност като инструмент за позициониране на бранда. Акцент в първа глава е поставен върху връзката между бранда и програмите за лоялност в хотелиерството, които функционират в синергия, като взаимно усилват стойността за клиента и конкурентоспособността на бизнеса. Направен е извода, че брандът надхвърля ролята на идентификатор и се утвърждава като стратегически ресурс за устойчиво конкурентно предимство, основано на реални клиентски ползи.

**Втора глава** е посветена на маркетинговата политика на хотелските предприятия. В нея са представени теоретичните концепции и практики за маркетинг и маркетингова политика в хотелиерството. Разгледана е ролята на програмите за лоялност за насърчаване на повторни посещения, увеличаване на разходите на клиентите и изграждането на дългосрочни взаимоотношения. В този контекст програмите за лоялност са инструмент за увеличаване на приходите на компаниите и за подобряване на клиентското изживяване. В главата е изследвано взаимодействието между маркетингови инструменти и програми за лоялност. Анализирани са стратегиите за разработване на програми за лоялност. Обект на обсъждане във втора глава са и показателите за измерване ефективността на програмите за лоялност. Не са подминати и въпросите за използването на информационни технологии и анализ на данни при управлението на клиентската лоялност. Подчертано е бъдещето на дигитализацията при изграждането на програми за лоялност чрез мобилни приложения, SMS комуникация и чатботи, което улеснява достъпа на клиентите и увеличава тяхната ангажираност.

Практическата приложимост на разгледаните теоретични постановки в първа и втора глава са илюстрирани в **трета глава** на дисертационния труд. В нея е направена оценка на съвременните програми за лоялност в маркетинговата политика на международните хотелски вериги. Анализът се основава на емпиричен количествен

подход и е насочен към изследване на ефектите от съвременните програми за лоялност върху поведението и лоялността на клиентите, както и върху фирмената политика в хотелиерския сектор. Основният фокус е поставен върху програмата за лоялност IHG One Rewards, която се разглежда като представителен модел за международните хотелски вериги поради своя глобален обхват, интеграция в корпоративната стратегия и висока степен на дигитализация. В рамките на изследването е разработена система за оценка, базирана на критерии, показатели и коефициенти на значимост, която позволява многоаспектен анализ на влиянието на програмите за лоялност върху клиентската лоялност и фирмената политика в хотелиерството. Разработената система от критерии, показатели и коефициенти на значимост осигурява надеждна методологична основа за комплексна оценка на съвременните програми за лоялност. Тя позволява анализ както на клиентската лоялност, така и на по-широките ефекти върху маркетинговата и вътрешно организационна политика на хотелските вериги. Анализът на резултатите от проведеното анкетно проучване в трета глава доказва значението на честотата на взаимодействие, доверието и емоционалната привързаност към бранда за изграждането на дългосрочна клиентска лоялност.

Гореизложеното в настоящата точка от рецензията ми позволява с убеденост да твърдя, че хипотезите, формулирани в увода на дисертационния труд, са напълно постигнати и доказани. Резултатите от представения дисертационния труд доказват формулираната теза.

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

По наше мнение, в дисертацията се открояват следните 5 научни и научно-приложни приноси в следните направления:

- Анализ на политиките: Изследвана е връзката между държавната стратегия в туризма и корпоративните цели, като е изведена авторска теза за ролята на програмите за лоялност в този процес.
- Оценка на резултатите: Чрез анализ на маркетинговия микс е представена методика за измерване на реалната ефикасност на програмите за лоялност.
- Методологически принос: Разработен е цялостен модел и критерии за мониторинг на актуалните инструменти за задържане на клиенти.

- Практическо приложение: Предложени са конкретни стъпки за оптимизация и внедряване на програмите за лоялност в оперативната дейност на хотелите.
- Пазарна адаптация: Формулирани са насоки за прилагане на глобални добри практики, съобразени с особеностите на хотелиерския бизнес в България.

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

Ирина Карадакова е представила 5 самостоятелни публикации, пряко свързани с тематиката на дисертационния труд. Всички научни трудове са публикувани в авторитетни национални издания и отразяват постигнатите научни и научно-приложни резултати от дисертанта. Те доказват, че е налице задълбочено изследване на проблемите, третиращи програмите за лоялност и пазарните влияния върху поведението на градски бизнес хотели.

## **6. Оценка на автореферата**

Представеният автореферат на български и английски език е в общ обем от 80 страници. В него са разкрити най-значимите моменти от дисертационния труд, които отразяват съдържанието му. Посочените научни приноси са коректно формулирани. Авторефератът улеснява четенето и лесното възприемане на съдържанието на дисертационния труд. Представената отделно декларация за оригиналност потвърждава, че дисертацията е изцяло авторски продукт и че при нейното разработване не са нарушени авторските права на чужди публикации и разработки.

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

Отчитайки достойнствата на представения дисертационен труд, нямам съществени критични бележки към докторант Ирина Карадакова. С цел достойна защита, бих искала да поставя следните въпроси:

1. Как програмите за лоялност променят ценовата политика на хотела в дългосрочен план и до каква степен рискът от намаляване на маржа на печалбата (чрез отстъпки за лоялни клиенти) се компенсира от спестените разходи за привличане на нови клиенти?

2. В контекста на съвременното хотелиерство, какви са основните предизвикателства при интегрирането на персонализираните данни от програмите за лоялност в общата оперативна политика на фирмата и как това влияе върху качеството на предлаганата услуга?

## **8. Заключение**

Разработеният дисертационен труд от Ирина Данаилова Карадакова отговаря по съдържание, обем и структура на изискванията за придобиване на образователна и научна степен „доктор“, регламентирани в Закона за развитие на академичния състав в Република България и Правилника за неговото приложение. С убеденост давам положителна оценка за дисертационния труд, автореферата и представените публикации на дисертанта. Считам, че постигнатите резултати имат характер на научно-приложни приноси за развитието на фирмената политика в хотелиерския бизнес посредством изграждането на програми за лоялност. Препоръчвам на Уважаемите членове на научното жури да присъдят образователната и научна степен „доктор“ на Ирина Данаилова Карадакова – докторант в задочна форма на обучение в катедра „Икономика на туризма“ към факултет „Икономика на инфраструктурата“ при Университета за национално и световно стопанство – гр. София.

20.04.2026 г.,  
София

Подпис: .....  
(доц. д-р Ася Панджерова)



## **UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY**

### **R E V I E W**

**On behalf of Associate Professor Dr. Asya Pandzherova**

University of National and World Economy – Sofia (UNWE)

Professional Field 3.8. “Economics”

Scientific Specialty "Economics and Management (Project Management in Tourism)"

**Subject:** dissertation for the award of educational and scientific degree “**Doctor**” in professional field “**Economics**”, scientific specialty “**Economics and Management (Tourism)**” in UNWE – Sofia.

**Reason** for submitting the review: participation in the scientific jury for the defense of the dissertation according to Order No. 826/19.03.2026 of the Vice-Rector for Research of the UNWE.

**Author of the dissertation:** Irina Danailova Karadakova

**Topic of the dissertation:** "Impact of loyalty programs on company policy in the hospitality industry"

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

The dissertation candidate studied under the doctoral program at the Department of Tourism Economics at the Faculty of Infrastructure Economics of the UNWE in the scientific specialty "Economics and Management (Tourism)", in accordance with Order 1033/17.04.2019 of the Rector of the UNWE. The training is carried out in part-time form in the period from 02.04.2019 to 02.04.2026.

The doctoral candidate has extensive professional experience in the field of hotel and restaurant management, which was developed in one of the key 5-star hotel facilities for the capital - Hotel Intercontinental Sofia. There, the doctoral candidate successively holds the positions of Breakfast Supervisor, Food and Beverage Supervisor, Deputy Facility Manager, Restaurant Manager, and currently holds the position of Food and Beverage Manager. A significant contribution to her expertise is her project experience and her participation in practical training for the implementation and application of global standards and operational processes in the restaurant industry and team training. In the period 2021-2026, she participated in several programs for professional development of talents, focused on strategic leadership and preparation for positions in senior management in the hotel industry. She is fluent in English, Italian and Russian. She has excellent social, organizational and technical skills and competencies, including working with hotel operating systems, digital tools for event management and operational processes.

## **2. General characteristics of the presented dissertation work**

The presented dissertation work on the topic: "Impact of loyalty programs on company policy in the hotel industry" has a total volume of 219 pages. It consists of an introduction (14 pages), an exposition in three chapters (191 pages), a conclusion (2 pages), a list of figures, a list of tables and a list of abbreviations. The list of literary sources consists of 154 titles, 47 of which are in Cyrillic, 70 in Latin and 37 from the Internet. The structure of the dissertation is characterized by good consistency and logic in the exposition. There is a good balance in the volume of the three chapters, as well as between the individual paragraphs.

The choice of the specific topic and the individual motives for the development of the dissertation are very well justified. Undoubtedly, the topic is relevant and significant, as it combines loyalty in the hotel industry with company policy. The object and subject of the study are correctly defined. The object of the scientific research is the company policy of hotel enterprises in the context of the implementation of loyalty programs. The subject of the study is loyalty programs in the hotel industry and their impact on customer relationship management. Within the framework of the dissertation, through detailed theoretical-methodological and practical-applied research, the goal of the dissertation has been achieved, which is aimed at establishing the influence of customer loyalty programs on the formation

and development of company policy in the hotel industry. To achieve the goal, the doctoral student defines ten research tasks, which she achieves in the individual chapters of the presented doctoral thesis. The thesis formulates the thesis that "the effective development and implementation of loyalty programs in international hotel chains leads to increased customer loyalty and the competitiveness of hotels, while at the same time having a significant impact on internal organizational policy and management decisions, and when adapting good practices, it can be successfully applied in the conditions of the Bulgarian hotel market." To achieve the goals of the work, a methodological toolkit was used, including the application of a logical, historical, inductive-deductive and systematic approach. Three limitations were set in the development of the work. The sources of information support were systematized in groups. The scientific novelty and usefulness of the dissertation work was emphasized.

The used literature includes modern and up-to-date titles in Cyrillic, Latin and Internet sources. It supports the in-depth critical analysis of the researched issues, the clarification of terminological clarifications and the conceptual apparatus. Throughout the scientific work, the literary sources were used conscientiously and correctly by the doctoral student, which allows his personal contribution to be highlighted.

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

The content of the work gives reason to indicate that the structure on which it is built allows for the application of a consistent and logically justified research approach. In terms of composition, each of the parts of the dissertation is completely complete and independent, which makes it possible to trace the overall problems of the research. The scientific and applied results obtained in the dissertation are contained in the introduction and three chapters of the work.

The first chapter of the dissertation explores the essence of customer loyalty and loyalty programs as a key tool in modern marketing. It focuses on the theoretical clarification of the term by identifying its key specifics. Special attention is paid to the theoretical concepts and practices of national tourism and corporate policy. For the purposes of the study, the term policy is interpreted as a sectoral tourism policy, part of international and national policy and corporate policy (such as hotel policy) in the field of tourism, related to the resulting marketing policy in the hospitality sector. A place is also given to loyalty programs as a tool for brand positioning. Emphasis in the first chapter is placed on the

relationship between the brand and loyalty programs in the hospitality industry, which function in synergy, mutually enhancing the value for the customer and the competitiveness of the business. The conclusion is made that the brand goes beyond the role of an identifier and is established as a strategic resource for sustainable competitive advantage based on real customer benefits.

The second chapter is devoted to the marketing policy of hotel enterprises. It presents the theoretical concepts and practices of marketing and marketing policy in the hospitality industry. The role of loyalty programs in encouraging repeat visits, increasing customer spending and building long-term relationships is examined. In this context, loyalty programs are a tool for increasing companies' revenues and improving the customer experience. The chapter examines the interaction between marketing tools and loyalty programs. Strategies for developing loyalty programs are analyzed. The second chapter also discusses indicators for measuring the effectiveness of loyalty programs. The issues of the use of information technology and data analysis in customer loyalty management are not overlooked. The future of digitalization in building loyalty programs through mobile applications, SMS communication and chatbots is emphasized, which facilitates customer access and increases their engagement.

The practical applicability of the theoretical statements discussed in the first and second chapters is illustrated in the third chapter of the dissertation. It assesses contemporary loyalty programs in the marketing policy of international hotel chains. The analysis is based on an empirical quantitative approach and is aimed at studying the effects of contemporary loyalty programs on customer behavior and loyalty, as well as on company policy in the hotel sector. The main focus is on the IHG One Rewards loyalty program, which is considered a representative model for international hotel chains due to its global scope, integration into corporate strategy and high degree of digitalization. Within the framework of the study, an evaluation system based on criteria, indicators and significance coefficients was developed, which allows for a multi-faceted analysis of the influence of loyalty programs on customer loyalty and company policy in the hotel industry. The developed system of criteria, indicators and significance coefficients provides a reliable methodological basis for a comprehensive assessment of contemporary loyalty programs. It allows for analysis of both customer loyalty and the broader effects on the marketing and internal organizational policy of hotel chains. The analysis of the results of the survey conducted in the third chapter proves the importance

of the frequency of interaction, trust and emotional attachment to the brand for building long-term customer loyalty.

The above in this section of the review allows me to confidently assert that the hypotheses formulated in the introduction to the dissertation have been fully achieved and proven. The results of the presented dissertation prove the formulated thesis.

#### **4. Assessment of scientific and scientific-applied contributions**

In our opinion, the following 5 scientific and scientific-applied contributions stand out in the dissertation in the following areas:

- Policy analysis: The relationship between the state strategy in tourism and corporate goals is studied, and the author's thesis on the role of loyalty programs in this process is derived.
- Evaluation of the results: Through an analysis of the marketing mix, a methodology for measuring the real efficiency of loyalty programs is presented.
- Methodological contribution: A comprehensive model and criteria for monitoring current customer retention tools have been developed.
- Practical application: Specific steps for optimizing and implementing loyalty programs in the operational activities of hotels have been proposed.
- Market adaptation: Guidelines for implementing global good practices, tailored to the specifics of the hotel business in Bulgaria, have been formulated.

#### **5. Evaluation of the publications on the dissertation**

Irina Karadakova has presented 5 independent publications directly related to the topic of the dissertation. All scientific works have been published in authoritative journals. national publications and reflect the achieved scientific and scientific-applied results by the dissertation. They prove that there is a thorough study of the problems dealing with loyalty programs and market influences on the behavior of urban business hotels.

## **6. Evaluation of the abstract**

The presented abstract in Bulgarian and English has a total volume of 80 pages. It reveals the most significant moments of the dissertation work, which reflect its content. The indicated scientific contributions are correctly formulated. The abstract facilitates reading and easy perception of the content of the dissertation work. The separately presented declaration of originality confirms that the dissertation is a completely author's product and that the copyrights of other publications and developments have not been violated during its development.

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

Considering the merits of the presented dissertation work, I have no significant critical notes towards doctoral student Irina Karadakova. For the purpose of a worthy defense, I would like to pose the following questions:

1. How do loyalty programs change the hotel's pricing policy in the long term and to what extent is the risk of reducing the profit margin (through discounts for loyal customers) compensated by the saved costs of attracting new customers?
2. In the context of modern hospitality, what are the main challenges in integrating personalized data from loyalty programs into the company's general operational policy and how does this affect the quality of the service offered?

## **8. Conclusion**

The developed dissertation work by Irina Danailova Karadakova meets the content, volume and structure of the requirements for acquiring the educational and scientific degree "doctor", regulated in the Act on the Development of Academic Staff in the Republic of Bulgaria and the Regulations for its implementation. I confidently give a positive assessment of the dissertation work, the abstract and the presented publications of the dissertation candidate. I believe that the achieved results are of the nature of scientific and applied contributions to the development of corporate policy in the hotel business through the development of loyalty programs. I recommend to the Honorable members of the scientific jury to award the educational and scientific degree "doctor" to Irina Danailova Karadakova - doctoral student in part-time study at the Department of "Economics of Tourism" at the

Faculty of "Economics of Infrastructure" at the University of National and World Economy -  
Sofia.

20.04.2026

Sofia

Signature: .....

(Associate Professor Dr. Asya Pandzherova)