



РЕЦЕНЗИЯ

От: **проф. д-р Еленита Кирилова Великова**
Университет за национално и световно стопанство
Научна специалност „Икономика и управление (туризъм)“

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по професионално направление 3.9 Туризъм, научна специалност „Икономика и управление на туризма“ в ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград.

Основание за представяне на рецензията: **участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед № 1489/11.07.2025 г. на ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград.**

Автор на дисертационния труд: **Веселин Антонов Стоименов**
Тема на дисертационния труд: **„Ефективност на хотелския бранд“**

1. Информация за дисертанта

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към катедра „Туризъм“, Стопански факултет на ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград по докторска специалност „Икономика и управление на туризма“, професионално направление 3.9 Туризъм, област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки. Обучението е осъществено в редовна форма през периода 2020 г. до настоящия момент.

- **Кратка биографична справка**

Докторант Веселин Стоименов е финансов специалист с над 15 години опит в сферата на хотелиерството и корпоративните финанси. В момента заема позицията асистент финансов контролор в хотелите Four Points by Sheraton Bansko и Four Points by Sheraton Sunny Beach, където отговаря за подготовката и анализа на финансови отчети, управленски доклади и бюджети, както и за ръководството на счетоводния екип. Работил е на ключови позиции в няколко хотела и компании, включително като главен счетоводител и счетоводител по международни стандарти (МСФО).

Веселин Стоименов е завършил бакалавърска и магистърска степен

по „Счетоводство и контрол“ в Университета за национално и световно стопанство. От 2020 г. е докторант по „Икономика и управление на туризма“ в Югозападен университет „Неофит Рилски“ с научен ръководител доц. д-р Гергана Ангелова, като работи върху дисертационен труд на тема „Ефективност на хотелския бранд“. Изследването му е насочено към разработване на методология за оценка на хотелските брандове и тяхното практическо прилагане върху реални обекти в туристическата индустрия. Владее български и английски език. Интересите му включват туризъм, лов и колекциониране.

- *Кратка информация за изпълнението на индивидуалния план*

Докторант Стоименов е завършил работата, предвидена в индивидуалния учебен план. Процедурата по придобиване на ОНС „Доктор“ е спазена. Постигнати са минималните национални изисквания за присъждане на научната специалност.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

- *Структура, обем*

Дисертационният труд е с общ обем 240 страници. Основната част на текста заема 218 страници и съдържа 32 таблици, 34 фигури и 5 изображения. Към нея са добавени: списък на таблиците, фигурите и изображенията – 4 страници, списък с използвани абривиатури – 2 страници, както и библиография с обем от 16 страници. Цитираната литература включва 206 източника, сред които 19 на български език, 185 на английски език, 2 на руски език, както и 24 интернет източника. Дисертационният труд разглежда теоретичните основи на хотелския брандинг, неговата същност, специфика и значение за развитието на хотелиерския бизнес. Анализирани са подходи и концепции за изграждане и управление на хотелски брандове, както и факторите, влияещи върху тяхната ефективност. В дисертацията е представена разработена методология и алгоритъм за оценка на ефективността на хотелския бранд. Проведен е емпиричен анализ, базиран на изследване на три СПА хотела в Югозападна България – Катарино СПА, Кемпински Гранд Арена и Хот Спрингс Медикъл и СПА. Въз основа на резултатите са извършени SWOT анализи и са формулирани практически препоръки за подобряване на управлението и пазарното позициониране на хотелските брандове.

- *Оценка за: актуалност на темата; целта; задачите; обекта; предмета; основната теза на дисертационния труд.*

Темата на дисертационния труд е формулирана добре. Уводът съдържа необходимите реквизити. Актуалността на изследването е обоснована. Налице са и лични мотиви за разработване на темата,

свързани с професионалното развитие на кандидата, които аргументират неговия избор. Актуалността и значимостта на темата произтичат от стратегическата роля на хотелския бранд като инструмент за повишаване на конкурентоспособността и устойчивото развитие на туристическите предприятия в динамична и глобализираща се среда.

Обектът и предметът на изследването са правилно определени. Целта на дисертационния труд е „да бъде направен сравнителен анализ на хотелиерски предприятия, опериращи в един и същ пазарен сегмент и географски регион по предварително избрани критерии за оценка на ефективността“. Формулирани са пет изследователски задачи. Основната цел и задачите са уместни и обосновани, като ясно отразяват извършената изследователска работа от докторанта и определят логиката в изложението на дисертационния труд.

Изследователската теза е коректно формулирана: „Ефективност на хотелския бранд се постига чрез позитивни асоциации и възприемане на бранда от потребителите, висока потребителска лоялност и положителен финансов резултат“. Тя е разгърната и доказана чрез различни общонаучни и практико-приложни методи и подходи. Със своите достойнства се отличават методологическият инструментариум и основните ограничения. Използваната съвкупност от методи и подходи позволява на докторанта да извърши качествено своето изследване. Ограниченията насочват анализите в конкретната тематика и постигането на основната цел на дисертационния труд.

- *Използвана научна литература (оценка на осведомеността на дисертанта по проблематиката, разглеждана в дисертационния труд).*

Списъкът с използваната литература е съставен от 206 източника, сред които 19 на български език, 185 на английски език, 2 на руски език, както и 24 интернет източника. Основният текст е илюстриран от 32 таблици, 34 фигури и 5 изображения. Изложението и използваната литература показват, че докторант Стоименов се е запознал със значителен брой литературни източници. Те са правилно цитирани. Отделните части на дисертацията са съразмерни.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

- *Акцентира се върху основните научни и/или научно-приложни резултати, постигнати в дисертационния труд*

Първа глава на дисертационния труд е посветена на теоретичните основи на хотелския брандинг и изгражда концептуалната рамка на изследването. В началото се разглеждат ключови понятия, свързани с бранда и брандинга, като се проследява тяхното развитие и се подчертава

спецификата им в контекста на хотелиерството. Особено внимание е отделено на дефинирането и систематизирането на терминологията, което създава ясна основа за последващия анализ. След това са представени и сравнени водещи модели за създаване и управление на хотелски бранд, сред които Brand Wheel, Brand Pyramid, Thompson Total Branding, Censydiam, Brand Dynamics/BrandZ, Sensor Pentagon, 4D Branding, Brand Code и моделът на Л. де Чернатони. Всеки модел е разгледан чрез основни характеристики и приложимост, което дава възможност за по-задълбочено разбиране на процесите по изграждане и развитие на хотелския бранд. В края на главата е включен подробен бенчмарк анализ на Marriott International, който служи като пример за успешна брандова стратегия. Представени са ключови показатели за ефективност, портфолио от брандове, програми за лоялност и дигитални решения, както и SWOT анализ на компанията. Основно предимство на тази глава е последователното изграждане на логическа връзка между теорията и практиката. Чрез ясно дефиниране на понятията, систематизация на моделите и представяне на реален успешен пример, тя създава стабилна основа за разработване на методологията и емпиричния анализ в следващите части на дисертационния труд.

Втора глава на дисертационния труд е посветена на методологическите основи на изследването и представя подходите, използвани за оценка на ефективността на хотелския бранд. Съществен акцент в главата е представянето на алгоритъм за оценка на ефективността на хотелския бранд, който включва последователни етапи – от събиране на данни и анализ на онлайн присъствието на бранда до оценка на финансовите показатели и клиентските възприятия. Този алгоритъм осигурява структурираност и системност на изследователския процес, като позволява да се проследи връзката между стратегиите за брендиране и постигнатите резултати. Предимство на главата е ясното и логично представяне на методологията, което улеснява нейното практическо прилагане. Чрез комбиниране на количествени и качествени методи се постига комплексен подход, който осигурява надеждност на получените резултати и създава основа за задълбочения емпиричен анализ, представен в третата глава.

Трета глава на дисертационния труд е посветена на емпиричното изследване, чрез което се прилага разработената в предходната глава методология за оценка на ефективността на хотелския бранд. Изследването е проведено върху три конкретни обекта от СПА сегмента в Югозападна България – Катарина СПА, Кемпински Гранд Арена и Хот Спрингс Медикъл и СПА. В хода на анализа са използвани различни

източници на информация, сред които онлайн потребителски отзиви, данни от Google Analytics и финансови показатели на хотелите. Тази комбинация от количествени и качествени данни позволява да се оцени цялостното възприемане и пазарното позициониране на всеки бранд. За всеки от трите хотела е изготвен SWOT анализ, който идентифицира силните и слабите страни на бранда, както и възможностите и заплахите в конкурентната среда. На базата на тези анализи е направен сравнителен преглед на стратегиите и резултатите на трите бранда, чрез който се открояват добри практики, критични зони и потенциални посоки за развитие. Основно предимство на тази глава е приложният характер на изследването. Емпиричните резултати демонстрират практическата приложимост на предложената методология и предоставят аргументирани препоръки за подобряване на управлението на хотелските брандове. По този начин Трета глава не само валидира теоретичните постановки от предходните части на труда, но и предлага конкретни насоки, които могат да бъдат използвани от мениджърите в туристическата индустрия.

Дисертационният труд е написан на много добър език и стил, прецизен е по отношение на терминологията. Технически дисертацията е оформена грижливо и според изискванията. Библиографията е изчерпателна.

- *Обръща се внимание на използваната методология*

Докторант Стоименов използва методология, която се основава на комплекс от общонаучни и конкретни изследователски подходи и методи. Тя комбинира количествени и качествени подходи за анализ и включва систематично събиране и обработка на данни от онлайн потребителски отзиви, показатели от Google Analytics и финансови резултати на хотелите, което позволява комплексна и обективна оценка на брандовото представяне.

- *Дава се оценка на изпълнението на поставените задачи и постигането на целта на дисертационния труд.*

Откритите научни и научно-приложни резултати дават основание за извода, че целта на дисертационния труд е постигната, а изследователските задачи са успешно изпълнени. Основната теза също е доказана.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

- *Оценка за приносите, посочени от дисертанта*

Дисертационният труд е посветен на актуален и значим проблем, който все още е недостатъчно изследван в българската литература по туризъм. Това дава възможност за редица новаторски моменти и

обосновани заключения, които в значителна степен ще подобрят туристическата дейност.

- *Акцентира се върху основните научни и/или научно-приложни приноси в дисертационния труд.*

Приемам изведените от докторанта приноси. Считаю, че самооценката на докторант Веселин Стоименов е прецизна. Според мен в дисертационния труд могат да се открият следните приносни моменти с теоретичен и научно-приложен характер:

- Извършена е систематизация на основните теоретични концепции, свързани с брендирането в хотелиерството и са дефинирани ключови понятия, свързани с хотелския бранд, което съдейства за по-голяма терминологична яснота в областта на туризма. Представена е концептуална рамка за разбиране на ролята и значението на хотелския бранд като инструмент за конкурентоспособност и пазарно позициониране на хотелите.

- Разработен е алгоритъм за оценка на ефективността на хотелския бранд, който описва етапите на анализа и може да бъде прилаган в практиката на хотелиерския бизнес. Представена е методика за анализ, която обединява теоретични концепции и практически измерители, позволявайки комплексна оценка на хотелския бранд.

- Проведен е емпиричен анализ върху три конкретни СПА хотела в Югозападна България (Катарино СПА, Кемпински Гранд Арена, Хот Спрингс Медикъл и СПА), което дава реална база за сравнение и оценка на брандовата ефективност. Изготвени са SWOT анализи на всеки от трите хотела, което позволява идентифициране на силни и слаби страни, възможности и заплахи, свързани с тяхното брандово развитие. Направени са практически препоръки за подобряване на управлението на хотелските брандове, насочени към повишаване на тяхната ефективност и пазарно присъствие.

- Разработената методология и изводите от изследването могат да бъдат използвани както от мениджъри на хотели, така и от консултанти и изследователи в сферата на туризма за подобряване на стратегиите за брендиране. Предложеният подход за оценка създава възможност за последващи изследвания и надграждане, както в академичен, така и в практико-приложен план.

Приносните моменти в дисертацията са резултат от самостоятелната работа на автора. Те обогатяват туристическата теория и практика, и предлагат нова посока за развитието на туризма в дестинация България.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

- *Посочват се публикациите*

Докторант Стоименов има 4 публикации, свързани с темата на дисертационния му труд, от които 3 самостоятелни и 1 в съавторство. Представяват три статии в реферирани във вторични бази данни списания и един доклад от участие в международна научна конференция. Публикациите са представителни и осигуряват достатъчно разпространение на резултатите от изследването сред академичната общност и заинтересованите среди от туристическия бизнес.

- *Дава се оценка на степента на разпространение на получените резултати в научната литература.*

Считам, че тези публикации представляват реално постиженията на докторанта. Те са достатъчно представителни, за да се огласят резултатите от дисертационния труд пред академичната общност и заинтересованите делови кръгове от практиката. Публикациите по темата на дисертационния труд превишават минималните национални изисквания за придобиване на ОНС „Доктор”, съгласно чл. 2б, ал. 2 и 3 от ЗРАСРБ. Докторантът реализира общо 35 точки.

6. Оценка на автореферата

- *Дава се оценка на коректността и степента на отразяване на съдържанието на дисертационния труд в автореферата.*

Авторефератът достоверно възпроизвежда съдържанието на дисертационния труд. Той е в обем от 53 страници компютърно набран текст на български и английски език. Съставен е от пет части, които включват обща характеристика на дисертационния труд, структура и съдържание, синтезирано изложение, справка за научните приноси, списък на публикациите.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

Препоръчвам на докторант Стоименов в бъдещите си изследвания да приложи методологията върху по-голям и разнообразен набор от хотели, включително различни категории и типове туристически обекти, за да се провери нейната приложимост и да се сравнят резултатите в по-широк контекст.

С цел достойна защита имам и един въпрос: Какви конкретни мерки биха могли да се предприемат от хотелските мениджъри за интегриране на резултатите от анализа в дългосрочната стратегия за управление на бранда?

8. Заключение

В дисертационния труд са поставени ясни цели и задачи, които докторант Веселин Стоименов безспорно е постигнал и изпълнил. Изследването е задълбочено, добре аргументирано и добросъвестно. Проучена е както съществуващата литература, така и актуални документи в изследваната област. Анализите са коректни, препоръките обосновани и произтичащи от резултатите от изследването. Самооценката за научните приноси е точна и отговаря на действителните приноси. Веселин Стоименов има задълбочени научни публикации по темата на дисертационния труд, представени на международни форуми, публикувани в значими издания и признати издателства. Рецензираната дисертация представлява творческо постижение, което като тематика, теоретични обобщения, изводи и препоръки има своето безспорно значение за теорията и практиката на туризма и хотелиерството.

Всичко това ми дава основание да предложа на уважаемите членове на научното жури да гласуват „ЗА” присъждането на образователната и научна степен „доктор” по професионално направление 3.9 Туризм, научна специалност „Икономика и управление на туризма” в ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград на Веселин Антонов Стоименов.

09.09.2025 г.
гр. София

Рецензент:
(проф. д-р Еленита Великова)



REVIEW

From: *Prof. Dr. Elenita Kirilova Velikova*
University of National and World Economy
Scientific Specialty “Economics and Management (Tourism)”

Regarding: dissertation for the award of the educational and scientific degree of “Doctor” in the professional field 3.9 Tourism, scientific specialty “Economics and Management of Tourism” at South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad.

Grounds for submission of the review: **participation in the scientific jury for the defense of the dissertation in accordance with Order No. 1489/11.07.2025 of the Rector of South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad.**

Author of the dissertation: *Veselin Antonov Stoimenov*
Topic of the dissertation: *“Hotel Brand Effectiveness”*

1. Information about the PhD student

The PhD student studied in a doctoral program at the Department of Tourism, Faculty of Economics, South-West University “Neofit Rilski”, Blagoevgrad, in the doctoral specialty “Economics and Management of Tourism”, professional field 3.9 Tourism, area of higher education 3. Social, Economic, and Legal Sciences. The training was carried out in regular form from 2020 to the present.

- *Brief biographical reference*

PhD student Veselin Stoimenov is a financial specialist with over 15 years of experience in the hotel industry and corporate finance. He currently holds the position of Assistant Financial Controller at the Four Points by Sheraton Bansko and Four Points by Sheraton Sunny Beach hotels, where he is responsible for the preparation and analysis of financial statements, management reports, and budgets, as well as for managing the accounting team. He has held key positions in several hotels and companies, including chief accountant and accountant under international standards (IFRS).

Veselin Stoimenov holds a bachelor's and master's degree in Accounting and Control from the University of National and World Economy. Since 2020, he has been a PhD student in Economics and Tourism Management at South-West University "Neofit Rilski" with his supervisor Assoc. Prof. Gergana Angelova, working on a dissertation on the topic of "Hotel Brand Effectiveness". His research is focused on developing a methodology for evaluating hotel brands and its practical application to real objects in the tourism industry. He is fluent in Bulgarian and English. His interests include tourism, hunting, and collecting.

- *Brief information on the implementation of the individual plan*

PhD student Stoimenov has completed the work specified in the individual study plan. The procedure for acquiring the academic degree of Doctor has been followed. The minimum national requirements for awarding the scientific specialty have been met.

2. General description of the presented dissertation

- *Structure, volume*

The dissertation has a total volume of 240 pages. The main part of the text occupies 218 pages and contains 32 tables, 34 figures, and 5 images. Added to this are: a list of tables, figures, and images – 4 pages, a list of abbreviations used – 2 pages, and a bibliography with a volume of 16 pages. The cited literature includes 206 sources, including 19 in Bulgarian, 185 in English, 2 in Russian, and 24 Internet sources. The dissertation examines the theoretical foundations of hotel branding, its essence, specificity, and significance for the development of the hotel business. Approaches and concepts for building and managing hotel brands are analyzed, as well as the factors influencing their effectiveness. The dissertation presents a developed methodology and algorithm for assessing the effectiveness of a hotel brand. An empirical analysis was conducted based on a study of three SPA hotels in Southwestern Bulgaria - Katarino SPA, Kempinski Grand Arena, and Hot Springs Medical and SPA. Based on the results, SWOT analyses were performed and practical recommendations were formulated for improving the management and market positioning of hotel brands.

- *Assessment for: topicality of the topic; the goal; the tasks; the object; the subject; the main thesis of the dissertation.*

The topic of the dissertation is well formulated. The introduction contains the necessary requisites. The relevance of the research is justified. There are also personal motives for developing the topic, related to the candidate's professional development, which justify his choice. The relevance and significance of the topic stem from the strategic role of the hotel brand as a tool

for increasing the competitiveness and sustainable development of tourism enterprises in a dynamic and globalizing environment.

The object and subject of the study are correctly defined. The aim of the dissertation is “to make a comparative analysis of hotel enterprises operating in the same market segment and geographical region according to pre-selected criteria for assessing effectiveness”. Five research tasks have been formulated. The main objective and tasks are relevant and justified, clearly reflecting the research work carried out by the doctoral student and determining the logic of the dissertation.

The research thesis is correctly formulated: “The effectiveness of a hotel brand is achieved through positive associations and brand perception by consumers, high consumer loyalty, and positive financial results”. It is developed and proven through various general scientific and practical methods and approaches. The methodological tools and main limitations stand out with their merits. The set of methods and approaches used allows the doctoral student to conduct his research in a qualitative manner. The limitations guide the analyses in the specific topic and the achievement of the main objective of the dissertation.

- *Used scientific literature (assessment of the dissertation’s awareness of the issues discussed in the dissertation).*

The list of literature used consists of 206 sources, including 19 in Bulgarian, 185 in English, 2 in Russian, and 24 Internet sources. The main text is illustrated with 32 tables, 34 figures, and 5 images. The presentation and the literature used show that doctoral student Stoimenov has familiarized himself with a significant number of literary sources. They are correctly cited. The individual parts of the dissertation are proportionate.

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

- *Emphasis is placed on the main scientific and/or scientific-applied results achieved in the dissertation*

The first chapter of the dissertation is devoted to the theoretical foundations of hotel branding and establishes the conceptual framework of the study. It begins by examining key concepts related to brands and branding, tracing their development and highlighting their specificity in the context of the hotel industry. Particular attention is paid to defining and systematizing the terminology, which creates a clear basis for the subsequent analysis. Next, leading models for creating and managing a hotel brand are presented and compared, including Brand Wheel, Brand Pyramid, Thompson Total Branding, Censydiam, Brand Dynamics/BrandZ, Sensor Pentagon, 4D Branding, Brand Code, and L. de Chernatony's model. Each model is examined in terms of its main characteristics and applicability, which allows for a deeper understanding

of the processes of building and developing a hotel brand. At the end of the chapter, a detailed benchmark analysis of Marriott International is included, which serves as an example of a successful brand strategy. Key performance indicators, brand portfolio, loyalty programs, and digital solutions are presented, as well as a SWOT analysis of the company. A major advantage of this chapter is the consistent establishment of a logical link between theory and practice. By clearly defining the concepts, systematizing the models, and presenting a real-life successful example, she creates a solid foundation for developing the methodology and empirical analysis in the subsequent parts of the dissertation.

The second chapter of the dissertation is devoted to the methodological foundations of the study and presents the approaches used to assess the effectiveness of the hotel brand. A significant focus in the chapter is the presentation of an algorithm for assessing the effectiveness of the hotel brand, which includes consecutive stages – from data collection and analysis of the brand's online presence to assessment of financial indicators and customer perceptions. This algorithm ensures the research process is structured and systematic, allowing the relationship between branding strategies and the results achieved to be tracked. An advantage of the chapter is the clear and logical presentation of the methodology, which facilitates its practical application. By combining quantitative and qualitative methods, a comprehensive approach is achieved that ensures the reliability of the results obtained and creates a basis for the in-depth empirical analysis presented in the third chapter.

The third chapter of the dissertation is devoted to empirical research, which applies the methodology developed in the previous chapter to assess the effectiveness of the hotel brand. The research was conducted on three specific properties in the SPA segment in Southwestern Bulgaria – Katarino SPA, Kempinski Grand Arena, and Hot Springs Medical and SPA. Various sources of information were used in the analysis, including online consumer reviews, data from Google Analytics, and financial indicators of the hotels. This combination of quantitative and qualitative data allows for an assessment of the overall perception and market positioning of each brand. A SWOT analysis was prepared for each of the three hotels, identifying the strengths and weaknesses of the brand, as well as the opportunities and threats in the competitive environment. Based on these analyses, a comparative review of the strategies and results of the three brands was made, highlighting good practices, critical areas, and potential directions for development. A key advantage of this chapter is the applied nature of the research. The empirical results demonstrate the practical applicability of the proposed methodology and provide reasoned recommendations for improving hotel brand management. In this way, Chapter

Three not only validates the theoretical propositions from the previous parts of the thesis, but also offers specific guidelines that can be used by managers in the tourism industry.

The dissertation is written in excellent language and style, and is precise in terms of terminology. Technically, the dissertation is carefully structured and meets all requirements. The bibliography is comprehensive.

- *Attention is paid to the methodology used*

PhD student Stoimenov uses a methodology based on a combination of general scientific and specific research approaches and methods. It combines quantitative and qualitative approaches to analysis and includes the systematic collection and processing of data from online user reviews, Google Analytics indicators, and hotel financial results, which allows for a comprehensive and objective assessment of brand performance.

- *An assessment is given of the implementation of the set tasks and the achievement of the goal of the dissertation.*

The outstanding scientific and applied scientific results give grounds for concluding that the aim of the dissertation has been achieved and the research tasks have been successfully completed. The main thesis has also been proven.

4. Evaluation of obtained scientific and scientific-applied contributions

- *Evaluation of the contributions indicated by the dissertation student*

The dissertation is devoted to a topical and significant problem that has not yet been sufficiently researched in Bulgarian literature on tourism. This provides an opportunity for a number of innovative ideas and well-founded conclusions that will significantly improve tourism activities.

- *Emphasis is placed on the main scientific and/or scientific-applied contributions in the dissertation.*

I accept the contributions made by the doctoral student. I consider the self-assessment of Veselin Stoimenov to be accurate. In my opinion, the following contributions of a theoretical and scientific-applied nature can be highlighted in the dissertation:

- The main theoretical concepts related to branding in the hotel industry have been systematized and key concepts related to the hotel brand have been defined, which contributes to greater terminological clarity in the field of tourism. A conceptual framework for understanding the role and importance of the hotel brand as a tool for competitiveness and market positioning of hotels has been presented.

- An algorithm for assessing the effectiveness of hotel brands has been developed, which describes the stages of analysis and can be applied in the

practice of the hotel business. A methodology for analysis is presented, which combines theoretical concepts and practical measures, allowing for a comprehensive assessment of hotel brands.

- An empirical analysis has been conducted on three specific SPA hotels in Southwestern Bulgaria (Katarino SPA, Kempinski Grand Arena, Hot Springs Medical and SPA), which provides a real basis for comparison and assessment of brand effectiveness. SWOT analyses were prepared for each of the three hotels, allowing for the identification of strengths, weaknesses, opportunities, and threats related to their brand development. Practical recommendations were made for improving the management of hotel brands, aimed at increasing their effectiveness and market presence.

- The methodology developed and the conclusions from the study can be used by hotel managers, consultants, and researchers in the field of tourism to improve branding strategies. The proposed evaluation approach creates opportunities for further research and development, both in academic and practical terms.

The contributions in the dissertation are the result of the author's independent work. They enrich tourism theory and practice and offer a new direction for the development of tourism in Bulgaria as a destination.

5. Evaluation of the publications concerning the dissertation

- *The publications are indicated*

PhD student Stoimenov has four publications related to the topic of his dissertation, three of which are independent and one is co-authored. They consist of three articles in journals referenced in secondary databases and one report from participation in an international scientific conference. The publications are representative and ensure sufficient dissemination of the research results among the academic community and interested circles in the tourism business.

- *An assessment is given of the degree of dissemination of the obtained results in the scientific literature.*

I believe that these publications truly represent the doctoral student's achievements. They are sufficiently representative to present the results of the dissertation to the academic community and interested business circles. The publications on the topic of the dissertation exceed the minimum national requirements for obtaining a Doctorate degree, according to Art. 2b, paras. 2 and 3 of the ZRASRB. The doctoral student has achieved a total of 35 points.

6. Evaluation of the abstract

- *An assessment is given of the correctness and the degree of reflection of the content of the dissertation in the abstract.*

The abstract accurately reflects the content of the dissertation. It consists of 53 pages of computer-typed text in Bulgarian and English. It consists of five parts, which include a general description of the dissertation, its structure and content, a summary, a reference to scientific contributions, and a list of publications.

7. Critical remarks, recommendations, and questions

I recommend that PhD student Stoimenov apply the methodology to a larger and more diverse set of hotels in his future research, including different categories and types of tourist facilities, in order to test its applicability and compare the results in a broader context.

For the sake of a worthy defense, I have one question: What specific measures could hotel managers take to integrate the results of the analysis into their long-term brand management strategy?

8. Conclusion

The dissertation sets clear goals and objectives, which doctoral student Veselin Stoimenov has undoubtedly achieved and fulfilled. The research is thorough, well-argued, and conscientious. Both the existing literature and current documents in the field of study have been examined. The analyses are accurate, and the recommendations are well-founded and based on the results of the study. The self-assessment of the scientific contributions is accurate and corresponds to the actual contributions. Veselin Stoimenov has in-depth scientific publications on the topic of the dissertation, presented at international forums, published in significant publications and recognized publishing houses. The reviewed dissertation represents a creative achievement which, in terms of its subject matter, theoretical generalizations, conclusions, and recommendations, is of undoubted importance for the theory and practice of tourism and hospitality.

All this gives me reason to propose to the esteemed members of the scientific jury to vote “FOR” the awarding of the educational and scientific degree "Doctor" in the professional field 3.9 Tourism, scientific specialty “Economics and Management of Tourism” at SWU “Neofit Rilski”, Blagoevgrad, to Veselin Antonov Stoimenov.

Date: 09.09.2025 г.
Sofia

Reviewer:
(Prof. Dr. Elenita Velikova)