

*В диссертационный совет 24.2.490.01, созданный на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»*

## **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертации Дыбок В.В.**

**на тему «Маркетинг персонала на рынке гостинично-ресторанных услуг»,  
представленной на соискание учёной степени кандидата экономических наук по  
специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)**

В условиях высокой конкуренции на рынке гостинично-ресторанных услуг Донецкой Народной Республики маркетинг персонала выступает ключевым аспектом обеспечения конкурентоспособности предприятий, в т.ч. как инструмент кадровой политики, который связывает стратегические приоритеты организации и управление человеческими ресурсами, а также формирует связь между интересами работодателя и потребностями сотрудников. При этом качество труда работников, как важнейший элемент маркетинга и средство удовлетворения рыночных требований, обеспечивается через изучение и развитие ключевых компетенций.

Таким образом адаптация предприятий к динамике рынка посредством оптимизации кадровой политики на основе интеграции компетентностного подхода в маркетинг персонала выступает приоритетным фактором устойчивости конкурентного положения предприятия, в т.ч. на рынке гостинично-ресторанных услуг, что обуславливает актуальность, а также практическую востребованность диссертационной работы Дыбок В.В.

В автореферате автор раскрывает актуальность темы диссертационной работы, степень ее разработанности, цель и задачи исследования; объект, предмет, методологию и методы исследования; научную новизну, теоретическое и практическое значение полученных результатов; основные положения, выносимые на защиту, результаты апробации диссертации; количество публикаций, общий объем и структуру диссертационной работы. Автором раскрыто основное содержание диссертации, сгруппированы выводы по научной работе, приведен список опубликованных работ.

Анализируя основные моменты диссертации в автореферате можно сделать вывод о том, что работа отличается научной новизной, практической значимостью, интересным и научно-обоснованным подходом к решению существующих проблем в сфере маркетинга персонала на рынке гостинично-ресторанных услуг.

Среди поставленных автором задач наибольший интерес вызывают вопросы обоснования концептуальной модели развития маркетинга персонала для предприятий гостинично-ресторанных услуг, разработки алгоритма оценки качества труда персонала для предприятий гостинично-ресторанных услуг на основе методического подхода к оценке качества труда работников, а также интеграционной концепции развития компетенций персонала предприятий на рынке гостинично-ресторанных услуг в условиях информатизации и цифровизации экономики.

К наиболее существенным результатам исследования Дыбок В.В., содержащим научную новизну, следует отнести следующие: алгоритм оценки качества труда персонала для предприятий гостинично-ресторанных услуг; комплексный

интегрированный подход к разработке стратегии маркетинга персонала, структурно-логическая схема разработки маркетинговой стратегии по повышению лояльности работников предприятий на рынке гостинично-ресторанных услуг.

Основой диссертационной работы, как показывает автореферат, стали определенные автором концептуальные основы маркетинга персонала предприятий гостинично-ресторанной сферы, которые определяют значение качества труда работников в реализации кадровой политики гостинично-ресторанного предприятия. При этом заслуживает внимания авторский подход к уточнению понятия «маркетинг персонала предприятий гостинично-ресторанных услуг», под которым понимается процесс разработки и практической реализации комплекса взаимосвязанных мер по привлечению, развитию и удержанию квалифицированных работников с учетом ключевых компетенций.

Научную ценность представляет разработанная Дыбок В.В. модель компетенций, отражающая уровень реализации профессиональных и личных характеристик сотрудника, проявляемых в процессе трудовой деятельности, а также модель развития маркетинга персонала для предприятий гостинично-ресторанной сферы, базирующаяся на обеспечении роста качества труда персонала посредством развития компетенций персонала и обеспечивающую формирование привлекательного бренда работодателя. Это позволит сформировать персонализированный подход в работе с персоналом, обеспечивающий согласование интересов организации и её работников, создаст основу для целенаправленного развития кадрового потенциала и поддержания высокого уровня профессионализма, а также обеспечит формирование долгосрочного кадрового резерва.

Особого внимания заслуживают использованные в процессе проведения исследования методы, а именно: ретроспективный анализ, синтез, дедукция (для формирования категориального аппарата исследования; сравнительного анализа, структурирования и описания); статистический и сравнительный анализ, индексный метод (для исследования существующих тенденций развития и систематизации факторов развития рынка гостинично-ресторанных услуг); панельных экспертных оценок (для оценки уровня лояльности и удовлетворенности работников предприятия, формирования модели компетенций различных групп персонала предприятий гостинично-ресторанных услуг; социологический метод, вербально-числовая шкала, метод лингвистических переменных, регрессионный анализ (для определения уровня качества труда персонала на предприятиях гостинично-ресторанных услуг и установления его зависимости от размеров материального подкрепления персонала); структурирование и описание (для формирования комплексного интегрированного подхода к разработке стратегий маркетинга персонала, разработки структурно-логической схемы разработки стратегии по повышению лояльности персонала); метод аналитических иерархий (при установлении направлений развития компетенций на предприятиях гостинично-ресторанных услуг); аналогового моделирования, формализации (при разработке интеграционной концепции по обеспечению роста качества труда персонала предприятий на рынке гостинично-ресторанных услуг в условиях информатизации и цифровизации экономики).

Наряду с вышеизложенным, следует обратить внимание на некоторые замечания. Так, в автореферате представлены результаты оценки уровня качества труда персонала на основе вербально-числовой шкалы Харрингтона, диагностики лояльности и удовлетворенности персонала предприятий, анализа влияния

материального подкрепления персонала предприятий гостинично-ресторанных услуг на рост качества труда. При этом недостаточно конкретизированы результаты, полученные в ходе исследований, а также детализированы рекомендации применительно к предприятиям, выступающими в качестве объектов анализа в рамках концепции маркетинга персонала.

Однако указанное замечание не снижает теоретического и практического значения диссертационной работы.

В целом анализ автореферата позволяет сделать вывод о том, что по актуальности поставленных задач исследования, методам его проведения, теоретико-методологической обоснованности, научной и практической значимости полученных результатов, а также структуре и содержанию – диссертационная работа «Маркетинг персонала на рынке гостинично-ресторанных услуг» соответствует требованиям, предъявляемым к диссертационным работам на соискание ученой степени кандидата экономических наук, имеет высокий уровень научной новизны и практической ценности, а ее автор – Дыбок Валентина Владимировна – заслуживает присуждения учёной степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Доктор экономических наук (научная специальность – 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами – промышленность), доцент, заведующий кафедрой менеджмента и бизнеса Тульского филиала ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Калининченко Максим Петрович

Контактная информация:

Тульский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»

Адрес: 300000, Российская Федерация, область Тульская, город Тула, пр-т Ленина, д. 53

Телефон: +7 (915) 685-37-00

E-mail: mpk79@mail.ru

Подпись Калининченко Максима Петровича удостоверяю:

И.о. директора Тульского филиала  
ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова»

Н.В. Калинин

24.10.2025 г.

