

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Дыбок Валентины Владимировны «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛА НА РЫНКЕ ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫХ УСЛУГ»,

**представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук
по специальности**

5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

На сегодняшний день, гостинично-ресторанный бизнес более чем когда бы то ни было, зависит от привлечения, удержания и эффективности использования все более дефицитного ресурса - квалифицированных кадров. При этом конкурентоспособность человеческих ресурсов весьма динамична. Постоянные изменения законодательства, условий рынка труда, жесткая конкуренция, растущие требования клиентов оказывают большое влияние на профессиональные предпочтения в трудовой деятельности.

Перед современной организацией встаёт задача создания условий, обеспечивающих оптимальное использование человеческих ресурсов в объёме сбалансированных потребностей и интересов предприятия и каждого работника. Достижение этой сбалансированности может быть достигнуто за счёт внедрения маркетинга персонала в деятельность предприятия. Поэтому тема диссертационного исследования Дыбок В.В. является актуальной с практической и теоретической точки зрения.

Структура работы выстроена логично и включает введение, три главы, заключения список источников и приложения. Автор дополняет теоретический фундамент маркетинга персонала за счет представленной концептуальной модели, которая призвана усовершенствовать маркетинг персонала в гостинично-ресторанном секторе. В отличие от существующих решений, она фокусируется на стимулировании роста качества труда через развитие компетенций сотрудников и создании привлекательного бренда работодателя.

Концептуальная модель формирования маркетинговой стратегии, направленной на укрепление приверженности сотрудников в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса. Алгоритм разработки маркетинговой стратегии, нацеленной на повышение лояльности персонала в компаниях, функционирующих в сфере гостеприимства. Данный подход включает анализ текущей ситуации, определение целей и задач, выбор целевых аудиторий внутри персонала, разработку комплекса маркетинговых мероприятий и, наконец, оценку эффективности внедренной стратегии повышения лояльности работников.

В контексте информатизации и цифровой трансформации экономики разработана интеграционная модель развития компетенций работников предприятий гостинично-ресторанного бизнеса. Отличительной чертой данного подхода является учет ограниченности ресурсов предприятий отрасли, использование преимуществ цифрового обучения, а также специфики взаимодействия бизнеса и образовательных учреждений.

Предложенная концепция направлена на раскрытие профессионального и личностного потенциала сотрудников в соответствии с долгосрочной стратегией управления человеческими ресурсами и ее маркетинговой составляющей.

Отмечая целостность и завершенность диссертационной работы, обоснованность, достоверность, новизну, значимость представленных научных положений и выводов, следует отметить отдельные замечания и пожелания автору.

Так, в автореферате на рисунке 2 (стр. 11) представлен методический подход к оценке качества труда персонала предприятий гостинично-ресторанных услуг, определены формирующие показатели и критерии, указанные в условных обозначениях, однако не представлена методика их определения.

Указанное замечание носит рекомендательный характер и не уменьшает научно-практическое значение представленной работы и защищаемых положений.

Таким образом, автореферат отражает высокую научную и прикладную ценность выполненного диссертационного исследования. Представленная работа отличается методической новизной, логичностью и глубиной анализа, что позволяет сделать вывод о высокой квалификации соискателя и его способности решать сложные научно-практические задачи в области маркетинга персонала. Публикационная активность соискателя соответствует требованиям, установленным ВАК при министерстве науки и высшего образования РФ.

Исходя из содержания автореферата, диссертационная работа Дыбок В.В. является целостным, завершенным научным исследованием, которое по характеру поставленной научно-практической цели, тематике, структуре и полноте изложения материала, полученным результатам отвечает нормативным требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук, а ее автор заслуживает присуждение ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Нугманов Альберт Хамед-Харисович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных

(Доктор технических наук по специальности 05.18.15 – Технология и товароведение пищевых продуктов и функционального и специализированного назначения и общественного питания 05.18.12 – Процессы и аппараты пищевых производств), профессор кафедры кафедра технологии хранения и переработки плодоовощной и растениеводческой продукции ФГБОУ ВО «Российский государственный аграрный университет – МСХА имени К.А. Тимирязева»

Нугманов Альберт
Хамед-Харисович

127434, г. Москва, ул.
Тимирязевская, 49
Тел.: +7(925)271-07-50
ФГБОУ ВО «Российский
государственный аграрный
университет – МСХА имени
К.А. Тимирязева

17.11.25

