

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации

Дыбок Валентины Владимировны на тему «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)

Диссертационное исследование Дыбок В.В. посвящено проблемам маркетинга персонала в реализации кадровой политики гостинично-ресторанного предприятия. В работе изучены вопросы, касающиеся проблем качества труда работников в системе маркетинга персонала, развития маркетинга персонала на рынке гостинично-ресторанных услуг, условий функционирования предприятий гостинично-ресторанной сферы, оценки качества труда персонала предприятий, лояльности персонала предприятий гостинично-ресторанного бизнеса. стратегии развития маркетинга персонала предприятий гостинично-ресторанных услуг, развития компетенций персонала, как приоритетного направления маркетинговой стратегии.

Актуальность исследования основывается на том, что современный рынок гостинично-ресторанных услуг ДНР отличается высокой конкуренцией из-за роста числа предприятий, товарооборота и изменений в производстве и сервисе, что требует поиска факторов, укрепляющих конкурентные преимущества и повышающих доходность. Ключевым фактором конкурентоспособности становится маркетинг персонала, связывающий стратегические цели компании с тактическими HR-решениями. Он балансирует интересы работодателя и сотрудников, формируя долгосрочные преимущества на рынке труда.

Основным элементом маркетинга персонала в работе выступает – качество труда, отвечающее требованиям рынка. Из этого следует, что в условиях экономических ограничений важно изучать ключевые компетенции для повышения качества работы персонала. Их интеграция в HR-стратегию укрепляет позиции предприятия в отрасли.

Таким образом, изучение компетентностного подхода в маркетинге персонала, разработка методов его совершенствования и стратегий реализации – актуальные задачи для развития гостинично-ресторанного бизнеса.

Диссертационное исследование отличается элементами новизны и отражает запросы практики. Так, научная новизна исследования заключается в разработке комплексной системы рекомендаций для совершенствования маркетинга персонала в гостинично-ресторанной сфере. Автором разработана концептуальная модель, фокусирующаяся на повышении качества труда персонала через развитие компетенций и формирование привлекательного бренда работодателя. Предложен метод оценки, основанный на модели компетенций, балльной системе и весовых коэффициентов, обеспечивающий прозрачную связь между результатами

труда, мотивацией и профессиональным ростом. Определены этапы жизненного пути сотрудника в организации с приоритетными стратегиями на каждом из них. Предложена матрица лояльности персонала по индикаторам приверженности и удовлетворенности, с выбором стратегий работы с персоналом. В работе учитываются ресурсные ограничения отрасли, преимущества электронных образовательных технологий и организационных форм взаимодействия бизнеса и образования.

В целом, исследование предлагает инновационные решения для оптимизации маркетинга персонала в гостинично-ресторанной сфере, способствуя повышению конкурентоспособности предприятий.

Тема диссертации соответствует требованиям паспорта специальностей ВАК (по экономическим наукам). Объект, предмет, цели и задачи исследования сформулированы четко. Структура работы логична и обоснована.

Исследование проводилось на основе методологической базы, включающей принципы маркетинга, управления персоналом и маркетинга персонала, а также научные работы по качеству труда и компетенциям. Для достижения поставленных целей были применены разнообразные исследовательские методы, охватывающие как качественный, так и количественный анализ. Информационная база исследования включала в себя как отечественные, так и зарубежные источники, статистические данные, а также результаты собственных исследований автора. В отличие от научных трудов других исследователей, автором в полной мере определена роль компетенций в повышении качества труда работников предприятий и их значение для совершенствования маркетинга персонала, а также изучены вопросы стратегического маркетинга персонала и направления разработки стратегий в данной области.

Достоверность полученных автором результатов подтверждается широким охватом исследуемого теоретического материала; апробацией предлагаемых научных результатов на уровне предприятий на рынке гостинично-ресторанных услуг; использованием широкого круга методов исследования, адекватного целям и задачам работы; корректным использованием статистических материалов и данных предприятий.

Основные результаты диссертационного исследования апробированы на 16-ти конференциях различного уровня и опубликованы в 27 научных трудах.

Однако по материалам автореферата хотелось бы отметить некоторые замечания: в исследовании не выявлена взаимосвязь уровня удовлетворенности работой с приверженностью персонала, а также не указаны факторы, которые влияют на высокую приверженность сотрудников к компании. Тем не менее, указанные недостатки не снижают ценности полученных результатов.

Автореферат написан доходчиво; грамотно и аккуратно оформлен. Из материалов автореферата следует, что диссертационная работа В.В. Дыбок выполнена на высоком научном уровне.

Приведенные результаты можно классифицировать как новые, обоснованные и имеющие большое практическое и научное значение.

Исследовательская работа является законченной и выполнена автором самостоятельно на достаточном научном уровне. Таким образом, диссертация удовлетворяет требованиям п.9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» ВАК РФ; а ее автор – Валентина Владимировна Дыбок – заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Бакаева Вера Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных

Доктор экономических наук
(08.00.05 – «Экономика и управление
народным хозяйством (по отраслям»)),
Профессор ВАК,
профессор кафедры менеджмента
АНОО ВО Центросоюза РФ
«Сибирского университета
потребительской кооперации»

Бакаева Вера Владимировна

630087 г. Новосибирск, пр. К.Маркса, 26
АНОО ВО Центросоюза РФ
«Сибирский университет
потребительской кооперации»

