

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)

Высокоэффективное управление предприятием практически невозможно без рационального использования трудового потенциала человеческих ресурсов. В функционировании любого предприятия важная роль принадлежит работникам, которые и осуществляют процесс производства и оказания услуг. Управление персоналом как составная часть деятельности предприятий гостинично-ресторанного бизнеса должно быть ориентировано на удовлетворения запросов предприятия, интересов его сотрудников и общества в целом. Рост производительности труда, обеспечиваемый более продуктивной работой персонала, в условиях жесткой конкуренции может иметь решающее значение для выживания предприятия, завоевания и укрепления рынков, успеха в бизнесе.

Практически каждое предприятие сталкивается с задачей создания условий для оптимального использования человеческих ресурсов в сумме баланса потребностей и интересов предприятия и каждого сотрудника. Достижение этой сбалансированности может быть достигнуто путем введения маркетинга в управление персоналом. Таким образом, одним из наиболее важных факторов для сферы гостеприимства, чтобы выжить в условиях рыночных отношений, становится маркетинг персонала. Это позволит отслеживать изменения в профессионально квалификационной структуре персонала с целью выявления тенденции в развитии рабочей силы на рынке труда и своевременное определение количественных и качественных требований к ней.

В работе четко прослеживается логическая последовательность решения поставленных задач и элементов научной новизны.

Диссертационное исследование Дыбок В. В. является актуальным. Оно направлено на решение комплексной, практически значимой проблемы, связанной с разработкой теоретико-методических положений по совершенствованию маркетинга персонала в сфере гостинично-ресторанных услуг и обоснованием методических подходов к его исследованию.

Достоинством автореферата является предложенный инновационный подход к разработке маркетинговой стратегии для повышения лояльности сотрудников в гостинично-ресторанном бизнесе. В отличие от традиционных методов, основа стратегии – специальная матрица, оценивающая лояльность персонала по двум ключевым параметрам: уровень приверженности к компании и степень удовлетворенности работой. Эта матрица позволяет определить тип лояльности каждого сотрудника и, соответственно, сформировать индивидуальный план действий.

Реализация данной стратегии направлена на достижение высокого уровня лояльности сотрудников и формирование сильной привязанности к бренду работодателя.

Анализ структуры автореферата позволяет отметить высокую степень его соответствия цели диссертационного исследования. Формулировка задач и их последовательное решение представлены логично, с использованием актуального научного инструментария. Особенно следует отметить авторский подход к разработке алгоритма оценки качества труда персонала для предприятий гостинично-ресторанного бизнеса, который отражает способность соискателя к систематизации, критическому осмыслению потребности в персонале, а также является ориентированным на практическое применение.

Вместе с тем следует отметить некоторые замечания:

1. В автореферате следовало бы более подробно охарактеризовать выделенные компетенции персонала предприятия в соответствии с представленным концептом предложенной структуры модели компетенций;

2. Отсутствуют пояснения, каким образом автор определяла максимально и минимально возможные значения в пятиуровневой градации качества труда с использованием вербально-числовой шкалы Харрингтона.

Однако, данные замечания носят рекомендательный характер и не снижают общего положительного впечатления от проведенного диссертантом исследования.

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 присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Шепелева Светлана Владимировна, согласна на включение моих персональных данных в аттестационное дело и их дальнейшую обработку

Кандидат экономических наук
(08.07.05 – «Экономика торговли и услуг»),
доцент, доцент кафедры рекламы
и современных коммуникаций
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный
университет аэрокосмического приборостроения»  С. В. Шепелева

Подпись к.э.н., доцента С. В. Шепелевой удостоверяю:

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения» (ГУАП)

Адрес: Россия, Большая Морская ул., 67, Санкт-Петербург, 190000

Телефон: 8(812)7106510

E-mail: common@aanet.ru

Сайт: <https://guap.ru>

