

Posudek na dizertační práci

Téma: Personální marketing v řízení lidských zdrojů v podniku

Autor: Ing. Světlana Myslivcová, ING.PAED.IGIP.

Školitelka: doc. Ing. Josefína Simová, Ph.D.

Studijní program: Ekonomika a management – P6028

Studijní obor: Řízení a ekonomika podniku – 6208V097

Obecně

Autorka dizertační práce (dále jen autorka) zpracovala téma, týkající se personálního marketingu v podnikatelském prostředí Libereckého kraje. Personální marketing je termínem novým, který má roli propojovat řízení lidských zdrojů s marketingem, kde zaměstnanec je chápán jako zákazník. Toto neobvyklé propojení dává výzkumnou otázku, do jaké míry lze zaměstnance považovat za zákazníka a zda je to v podmínkách současných řídicích systémů možné. Proto považuji téma za velmi zajímavé a aktuální. Autorka si dala za úkol prozkoumat klíčové faktory ovlivňující nábor a nabídku pracovních míst, které zformulovala do oblasti externího personálního marketingu a klíčové faktory, které jsou determinanty v interním personálním marketingu. Celou tuto oblast zaměřila na prozkoumání znalostí o personálním marketingu ve vybraných velkých a středních (příp. malých) podnicích Libereckého kraje s cílem identifikovat nástroje interního a externího personálního marketingu v kontextu prozkoumání prostředků podporující spokojenost zaměstnanců, které jsou významné pro řízení lidských zdrojů. Jako podstatný výstup si autorka zvolila vytvoření modelu personálního marketingu. Je zcela nezpochybnitelné, že hlavní cíl je zformulován stylově a standardně. Navíc si autorka zformulovala 4 dílčí cíle (DC1-DC4), kterými vhodně konkretizuje naplňování hlavního cíle a dále si vytyčila 8 výzkumných otázek, které daly podnět k formulaci 5-ti hypotéz (H1-H5). Lze konstatovat, že v obecném pojetí je sice formulace cílů dizertační práce ambiciózní, nicméně se stanovenými výzkumnými otázkami se zde vytvořila jasná otázka, která se stala přehledným a pochopitelným předmětem ke zkoumání.

V metodickém rámci autorka zvolila 3 výzkumné fáze. V 1. fázi realizovala kvalitativní výzkum, v 2. fázi předvýzkum a ve 3. fázi realizovala hlavní kvantitativní výzkum. Takto vymezená metodická struktura zcela odpovídá náročnosti plnění vytyčených cílů a úkolů dizertační práce. Do formy přehledného schématu logickým způsobem sestavila celý koncepční rámec práce. (str. 25)

V kap. 3 jsou podrobně popsány všechny postupy, které autorka při řešení použila. Až přespříliš však popisuje známé metody sběru dat a statistické metody, které jsou rozloženy do 12-ti stran. Charakteristika metod je použita většinou z publikací autora Hendla.

Stěžejní a podstatnou částí práce se jeví kapitola 4., ve které autorka provedla kvalitativní výzkum uplatňování personálního marketingu (kap. 4.1), předvýzkum (kap. 4.2) a hlavní výzkum (kap. 4.3). Ve všech kapitolách jsou uplatněny metodické postupy tak, jak jsou popsány v metodickém rámci práce. V 5. kapitole jsou shrnuty výsledky a přínosy dizertační práce.

Dizertační práce se jeví jako komplexní studie přinášející „zargumentované“ výsledky zadané problematiky personálního marketingu pomocí vědeckých metod a celkově splnila všechny cíle, které si autorka v práci vytyčila.

Podobněji

Vybraná problematika je velmi aktuální. Zaměstnanost lidí je jedním z nejdůležitějších ukazatelů a úkolů zdravé ekonomiky společnosti. Její zabezpečování ze strany podniků je

klíčové pro jejich efektivní podnikání. Najít kritéria, která jsou důležitá při náboru zaměstnanců, patří proto ke stěžejním úkolům personálních oddělení všech podniků, kteří vědí o velkém potenciálu lidských zdrojů pro podnik. **Proto považuji výběr a zpracování uvedeného tématu za velmi aktuální a přínosný.**

Autorka prostudovala a zpracovala do literárního přehledu 133 publikačních titulů jak tuzemských, tak zahraničních autorů. Z nich získala velmi solidní teoretický a terminologický základ k řešení problematice personálního marketingu. Citace jsou používány jak v přímé, tak v parafrázové formě. Jsou řádně autorizovány a jsou správně uvedeny v přehledu literatury. Literární přehled tvoří kolem 28 % z celkové práce, což zcela odpovídá obecným a zvyklostním požadavkům na strukturu dizertační práce.

Hlavní cíl, dílčí cíle, výzkumné otázky a hypotézy jsou zformulovány s dostatečnou vědeckou erudicí. Jsou pochopitelné až na hypotézy, které se týkají prověření vztahu vytčených kritérií pouze k velikosti podniku. Možná by se našly další souvislosti prověření vazeb uvedených kritérií např. na předmět podnikání podniků nebo na geografickou polohu podniku v Libereckém kraji a jeho dopravní dostupnost.

Metodický rámec a použité metody jsou zde dominantní při řešení zadaných cílů, otázek a hypotéz. Celá část metodického rámce je věnována popisu metod, které autorka v práci popsala edukační formou. V dizertační práci podle mého názoru nemusí být podrobně popisovány známé statistické metody, ale pouze uvedeny argumenty, proč jsou použity a co by měly v rámci řešení přinést. To se autorce podařilo částečně. Popis výzkumného postupu se v některých souvislostech s výběrem respondentů stává nepřehledným. Na jedné straně se hovoří o předchozí telefonické domluvě se zaměstnavateli Libereckého kraje v rámci předvýzkumu, na druhé straně o úsudkovém výběru, který nemá statistický charakter a nakonec o dotazníkovém šetření formou online CAWI - dotazování na webovém formuláři.

V rámci hlavního výzkumu bylo osloveno 1605 podniků, které byly očistěny o podniky v úpadku a v likvidaci, zůstalo 4175 podniků, přesto autorka uvádí v tab. 3.1 počet 1605, které rozdělila na mikro, malé, střední a velké podniky. Jakým způsobem byly podniky takto rozděleny, není zcela jasné. Dále ve výsledcích šetření uvedenými metodami v tab. 3.3 se pracuje se 156 daty v rámci rozdělených podniků. Ty hrají podstatnou roli pro šetření závislostí vybraných dat na velikosti podniků v rámci formulovaných výzkumných otázek a hypotéz. Popisovaná metodika je přehnaně bohatá na charakteristiky používaných metod a je uváděna takovým způsobem, že se jeví jednotlivé výzkumy částečně nesrozumitelnými.

V rámci kvalitativního výzkumu jsou provedeny rozhovory s manažery vybraných podniků a jejich výsledky jsou zaznamenávány do tabulek (tab. 4.3). Autorka vybrala podniky s rozličnými kulturami (česká, japonská, americká, německá), nicméně dále v práci nejsou tyto skutečnosti dány smysluplně do souvislosti s hlavním výzkumem a se získanými daty z šetření hlavního kvantitativního výzkumu. Byly pouze dány do přehledu jako konstatování (tab. 4.4) s formulací prostředků interního a externího personálního marketingu (tab. 4.5). Uvedené výsledky lze jinak zjistit prostou dedukcí.

V hlavním výzkumu byly testovány vybrané nástroje personálního marketingu v podnicích o velikostech s 50-249 zaměstnanci a od 250 zaměstnanců výše. Přes provedená statistická šetření se jasně prokázala logická myšlenka, že nástroje personálního marketingu jsou více používány ve velkých podnicích s více jak 250 zaměstnanci než v menších podnicích. Uplatňování nástrojů personálního marketingu je zde potvrzené ve vazbě na velikost podniku, bylo by záhadou, kdyby statistická šetření prokázala opak.

Srozumitelnou a přehlednou kapitolou je 4.3.7, kde autorka uvádí přehled výsledků. Teprve zde je nyní zcela jasná determinace faktorů v četnosti užití nástrojů personálního marketingu (obr. 4.18) Kapitola shrnuje výsledky testování a analýz a pomocí syntézy je představuje jako podklad pro model personálního marketingu uvedeného v kap. 4.4.

Kapitola 4.4 je hlavním výstupem dizertační práce. Navazuje na výsledky práce Thoma, který se zabývá vztahem mezi externím a interním personálním marketingem. Z výsledků provedeného testování a provedených analýz autorka identifikovala faktory a prostředky externího a interního personálního marketingu a na základě určení jejich důležitosti (obr. 4.24) navrhla vlastní model personálního marketingu, který má univerzální použití v různých druzích a velikostech podniků.

Otázky k obhajobě:

1. V čem spatřuje autorka dizertační práce klíčové důvody, že malé a střední podniky se tolik nevěnují otázce personálního marketingu.
2. Jak se projevuje personální marketing v rozpočtu podniků? Jsou součástí marketingové strategie podniků?
3. Jaké prostředky personálního marketingu (externího i interního) lze doporučit malým a středním podnikům s cílem, aby jejich personální kapacity byly stabilní a efektivní.

Autorka ve své dizertační práci naplnila všechny hlavní a dílčí cíle práce, pracovala s výzkumnými otázkami a potvrdila vyřčené hypotézy. Prokázala tak dostatečnou vědeckou a výzkumnou erudici, dovednost pracovat s vědeckými metodami a formulovat smysluplné závěry z provedených šetření a dále prokázala přinést užitečný přínos pro praxi v podobě navrženého modelu personálního marketingu.

Práci **doporučuji k obhajobě** a po jejím úspěšném absolvování **navrhuji Ing. Světlaně Myslivcové** udělit vědecký titul „**Ph.D.**“

V Praze dne 23.10.2018

doc. Ing. Aleš Hes, CSc.

Oponentní posudek dizertační práce

Personální marketing v řízení lidských zdrojů v podniku

Ing. Světlana Myslivcová, Ing. Paed.IGIP

Doktorandka se v předložené dizertační práci zabývá problematikou personálního marketingu a vzájemnou interakcí mezi nástroji interního a externího personálního marketingu a spokojeností zaměstnanců. Jedná se o téma vhodné a zapadající do aktuálních otázek ve vazbě na lidský kapitál a jeho efektivní využívání v podnicích. Objekt výzkumu i přístup ke zpracování je dle mého názoru zajímavý a také velmi pozitivně hodnotím využití řady statistických metod a snahu o poměrně ucelené zpracování problematiky.

Zhodnocení cíle práce a jeho naplnění

Doktorandka jasně formulovala hlavní cíl práce a dále cíle dílčí v kapitole 1, jejich formulaci považuji za vhodnou a jsem toho názoru, že je umožněno rozvinutí jednak teoretických a také praktických otázek zvolené problematiky. Oceňuji také vymezení výzkumných otázek a následné vymezení koncepčního rámce dizertační práce, který jasně specifikuje postup zkoumání dané problematiky. Lze konstatovat, že cíl práce je naplněn.

Vyjádření k postupu, řešení problému a výsledkům práce

Celkový postup řešení je adekvátní cílům. Teoretická východiska jsou rozpracována ve dvou rovinách, a to definování personálního marketingu a řízení lidských zdrojů. Doktorandka přistoupila velmi pečlivě k rešerši odborné literatury z pohledu zkoumané problematiky, využila mnoho zahraničních zdrojů, a to vše za účelem pochopení problematiky v komplexnějším pojetí. Nutno také konstatovat, že doktorandka věnuje pozornost aplikaci marketingového mixu v personální oblasti a racionálně definuje prvky a vazby, které považuje za zásadní při rozpracování dané problematiky. Cenné v teoretické části práce je kritické zhodnocení současných teoretických poznatků doktorandkou.

Metodologický přístup a použité metody odpovídají celkovému pojetí práce a jejich výběr a uplatnění je adekvátní postupu řešení systémových úloh. Byla použita kombinace kvalitativního a kvantitativního výzkumu, metody sběru dat byly popsány. Z pohledu vědeckého bádání práci prospělo, že doktorandka provázala použití metod na deklarované cíle práce. Byl realizován primární výzkum prostřednictvím elektronického dotazníkového šetření. Doktorandka zdůvodnila výběr respondentů, specifikovala využití jednotlivých metod a vysvětlila související vztahy pro vědecký postup. Zmíněny jsou v přehledu i další použité metody např. faktorová analýza. Kvantitativní metody zpracování dat a statistické testování hypotéz je provedeno na dobré úrovni se znalostí statisticko-matematického aparátu. Kvalitativní výzkum byl realizován formou expertních rozhovorů, které byly vhodně využity.

Doktorandka dospěla k dílčím závěrům a identifikaci souvztažnosti mezi zkoumanými jevy. Veškeré výsledky byly ověřovány dle validity a reliability. Vyhodnocení získaných dat a jejich prezentace působí systematicky a přehledně. Z kapitoly 4 je patrná důslednost ve zpracování dat a odborná erudice doktorandky. Zpracování této části práce považuji za nadstandardní a velmi pozitivně působí v závěru této části její souhrnné vyhodnocení v podobě přehledu výsledků.

Postupy doktorandky lze hodnotit jako promyšlené, profesionálně a přesvědčivě působí zpracování dat, které následně vyústilo ve vytvoření modelu personálního marketingu. Zajímavá se jeví deskripce faktorů a nástrojů personálního marketingu. Jak již bylo zmíněno, všechny předložené výsledky zkoumání jsou podpořeny vysokou úrovní použitých statisticko-matematických metod, čímž se zvyšuje hodnota zpracovaných dat.

Doporučuji, aby se doktorandka vyjádřila v průběhu obhajoby k této skutečnosti:

V závěrech dizertační práce jsou uvedeny nástroje personálního marketingu a následně jsou využity v modelu. Jaké jsou limitující podmínky pro využití modelu a zda je model uplatnitelný v různých typech firem včetně oblasti služeb? Jaké jsou konkrétní přínosy modelu při uplatnění v praxi?

Význam dizertační práce

Předložená dizertační práce má bezesporu teoretickou i odborně praktickou hodnotu. Doktorandka přispěla k zobrazení a diskusi problematiky personálního marketingu, identifikovala nástroje a prostředky interního a externího personálního marketingu. V oblasti teoretické doktorandka předkládá model personálního marketingu jako výstup a přínos práce, a to v návaznosti na realizované výzkumy. V praktické rovině lze také tento model využít k efektivnímu řízení lidských zdrojů a zajímavým výstupem je také identifikace prostředků pro zvýšení spokojenosti zaměstnanců v souvislosti s uplatňováním nástrojů personálního marketingu.

Vyjádření k formální úpravě dizertační práce

Dizertační práce je zpracována na dobré formální úrovni, je vhodně strukturovaná, jazykově vyvážená a stylisticky vyvážená. Velmi vhodně je doplněna schématy a tabulkami, obsahuje rozsáhlou přílohovou část.

Vyjádření k publikační činnosti

Z přehledu publikační činnosti doktorandky je patrné, že je aktivní a splňuje předpoklady pro další vědeckou práci. V seznamu jsou publikace v databázi Web of Science i SCOPUS, což dokazuje také kvalitu publikací. Doktorandka prokazatelně ve své vědecké práci se věnuje zkoumané problematice.

Závěr

Dizertační práce ing. Světlany Myslivcové, Ing.Paed.IGIP odpovídá dle mého posouzení požadavkům kladeným na tyto práce, dokládá vědeckost řešení tématu, přispívá k rozvoji dané problematiky a je zpracována systematicky a přehledně. Doporučuji předloženou dizertační práci k obhajobě a navrhuji po úspěšném obhájení udělení vědecké hodnosti Ph.D.

V Ostravě dne 17. 10. 2018

doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.