

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Чумаченко Галины Валериевны
на тему «Маркетинг персонала в условиях структурных изменений»
представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук
по специальности 5.2.3 «Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)»

Практика консультирования предприятий по вопросам кадрового обеспечения свидетельствует о серьезном повороте управленческих подходов большинства успешных фирм в сторону усиления внимания к человеческой, прежде всего, профессионально - культурной составляющей своей деятельности. Это требует комплексного рассмотрения сферы управления персоналом в том числе с привлечением методов маркетинговых исследований в сфере управления персоналом. При этом, важнейшим аспектом анализа становится представление о целостном организационно-управленческом контексте функционирования и развития организации в рамках применения инструментов маркетинга персонала. Большинство отечественных компаний из-за нехватки времени не в состоянии обеспечить организацию квалифицированными работниками, поэтому есть необходимость привлечения вынужденного освоения различных видов бизнеса маркетинговых услуг направленных на стабилизацию структурных изменений в конкретной организации и экономики в целом.

При этом, несмотря на значительное количество экономической литературы, посвященной становлению и развитию маркетинга, проблема разработки и совершенствования институциональных форм, структур и систем управления персоналом на основе маркетинговых услуг на данный момент остается до конца не исследованной. Решение обозначенных проблем носит вполне актуальный характер, поэтому рассмотренные в докторской диссертации Чумаченко Г.В. вопросы и их решение окажут положительное влияние на развитие народного хозяйства в целом и стратегического развития конкретного предприятия.

В связи с необходимостью разрешения означенных в работе проблем автор делает обоснованный вывод, о том, что в целях обеспечения социально - экономической стабильности в регионах необходимо формировать институциональное пространство маркетинговых услуг, способствующих стабилизации кадрового потенциала, что способствует повышению конкурентоспособности предприятий разных сфер деятельности.

Реализация поставленной задачи была успешно раскрыта в рамках участия Чумаченко Г.В. при выполнении научно – исследовательских работ ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля» в пяти госбюджетных темах.

Масштабная география научных публикаций Чумаченко Г.В. так же подтверждает тот факт, что результаты научных исследований были публично обсуждены и получили признание в научных кругах отечественных и зарубежных ученых – экономистов. Так, работы Чумаченко Г.В. были опубликованы в виде 2-х монографий, 17-ти статей в рецензируемых научных

изданиях, 6-ти прочих изданиях, а апробация практических результатов реализована в виде 10-ти тезисов, опубликованных по результатам проведения научно – практических конференций различного уровня участия.

При этом, на основе анализа отечественного и зарубежного опыта применения маркетинга персонала в целях стабилизации кадрового потенциала организаций автором доказано, что немаловажную роль при формировании института кадрового обеспечения играют опосредованные связи маркетинговых услуг и системы управления персоналом.

Вызывает научный интерес разработанный автором механизм репозиционирования клиентелизма как управленческого феномена, с одной стороны направленного на изменение формата его содержания, а с другой позволяющего реализовать разработку системы справедливого распределения ресурсов и вознаграждений, основанных на коммуникационном взаимодействии и социальном партнерстве работников и работодателя (стр. 12).

Результаты научных исследований Чумаченко Г.В. в сфере совершенствования процесса рекрутингового маркетинга, на основе использования ключевых технологических тенденций и цифровых технологий в сфере подбора персонала, представляет собой подлинный научный интерес на рынке трансформационных изменений, что будет способствовать повышению результативности маркетинговой политики управления персонала (стр. 15).

Разрешение научной проблемы концептуального подхода к развитию рекрутингового маркетинга, представленного в работе Чумаченко Г.В. в виде совокупности целевых ориентиров для формирования благоприятного имиджа компании (стр. 16-17) также достойно внимания и положительной оценки. Следует отметить, что предложенная концепция рекрутингового маркетинга базируется на идее подбора персонала маркетинговой кампанией, где сама компания продвигает себя как привлекательного работодателя для потенциальных сотрудников.

Как отмечает автор, предложенная концепция сформирует положительный брендинг работодателя, позволит создать целевую аудиторию на основе использования маркетинговых каналов и создаст привлекательные вакансии. Вышеуказанные мероприятия позволят адаптироваться предприятиям к изменениям на рынке труда, что в свою очередь сформирует гибкость и способность адаптироваться к изменениям в потребностях рынка труда.

Несмотря на значительное количество положительных моментов в работе имеются и отдельные недостатки, а именно:

автор отмечает, что на современном этапе наблюдается приостановка деятельности международных компаний в системе рекрутингового маркетинга, что в 2022 году сократило изменения в присутствии на рынке международных провайдеров (стр. 17). Однако из материалов, изложенных в автореферате не понятно как быстро и с применением каких механизмов данный сегмент рынка заменится на аналогичные отечественные компании;

в работе раскрыт научно-методический подход к оценке имиджа компании с точки зрения потенциальных, текущих и бывших работников с учетом базовых теоретических положений формирования имиджа работодателя, при этом анкеты для проведения опроса с целью оценки имиджа компании содержали вопросы, сформулированные в соответствии с методикой сбалансированной системы показателей Р. Каплана и Д. Нортон (стр. 19). Однако, с нашей точки зрения, для чистоты эксперимента, можно было бы применить дополнительно альтернативную модель системы сбалансированных показателей в виде модели Лоренца Мейсела.

Следует отметить, что в целом сделанные замечания не носят критический характер и не снижают научный уровень диссертации Чумаченко Г.В.

Исходя из содержания автореферата диссертация Чумаченко Галины Валерьевны на тему «Маркетинг персонала в условиях структурных изменений», соответствует паспорту специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук.

Я, Кокодей Татьяна Александровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук (08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством), профессор,
Зав.кафедрой «Развитие образовательных систем»
ФГБОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Кокодей Татьяна Александровна

Контактные данные:
ФГБОУ ВО «Севастопольский государственный университет»

Адрес организации: 299053, Россия,
г. Севастополь, ул. Университетская, 33
Телефон организации: +7(8692)435292
Официальный сайт: <https://www.sevsu.ru>
E-mail: info@sevsu.ru

