

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Чумаченко Галины Валерьевны на тему:
«Маркетинг персонала в условиях структурных изменений»,
представленную на соискание ученой
степени доктора экономических наук
по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика
(маркетинг)**

С учетом усиливающейся конкуренции на рынке труда и изменяющихся ожиданий со стороны сотрудников, организациям необходимо активно применять маркетинговые принципы и стратегии для привлечения, удержания и мотивации персонала. Возможность создания уникального предложения для каждого сотрудника, учитывая его индивидуальные потребности и ожидания, умение мотивировать, создавать условия для профессионального и личностного развития каждого члена команды становится конкурентным преимуществом.

Автором диссертационной работы четко определена цель, которая состоит в разработке теоретико-методологических положений и практических рекомендаций по совершенствованию маркетинга персонала в условиях структурных изменений. Определены предмет и объект исследования. Объектом исследования выступает процесс развития маркетинга персонала в условиях структурных изменений. Предметом исследования является комплекс теоретических, научно-методологических и практических положений развития маркетинга персонала в условиях структурных изменений.

Диссертационная работа выполнена в соответствии с Паспортом специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг), в части подпунктов: 10.2. Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности; 10.15. Технологии маркетинга в интернет-среде; 10.16. Современные методы формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии.

Особый интерес вызывают следующие положения научной новизны:

комплекс мероприятий по управлению кадровой безопасностью в качестве фактора развития маркетинга персонала, который основан на совокупности мер и действий, направленных на обеспечение безопасности и защиты информации;

концептуальный подход к развитию рекрутингового маркетинга, представленный в виде совокупности целевых ориентиров для формирования благоприятного имиджа компании: определение ценностей и миссии компании, создание сильного бренда работодателя, улучшение опыта претендентов на должность, использование сотрудников как бренд-послов, развитие и обучение сотрудников, обеспечение результативности;

маркетинговая стратегия рекрутинговой деятельности компании, которая охватывает этапы привлечения, интереса, убеждения и найма с использованием продвинутых цифровых технологий;

детерминированная многофакторная модель оценки имиджа компании, которая включает оценку имиджа компании на основе предложенного научно-методического подхода, взаимосвязь индекса имиджа компании и индекса постоянства кадров, взаимосвязь имиджа компании (индекса постоянства кадров) и эффективности деятельности компании и другие элементы научной новизны.

Вместе с тем существуют некоторые моменты, которые требуют уточнения, в частности:

1) Стр. 14 рисунок 2 представлены мероприятия по минимизации кадровых рисков для сохранения кадровой безопасности в качестве фактора развития маркетинга, видится целесообразным дополнить представленные мероприятия блоком требований к управленческим кадрам, а не ограничиваться общим подходом ко всем работникам;

2) Стр. 16 рисунок 4 представлен концептуальный подход к развитию рекрутингового маркетинга и предложено использовать сотрудников в качестве бренд-послов, автору следовало провести анализ организационного сопротивления предложенным изменениям среди сотрудников, и определить перспективность данного направления.

Указанные дискуссионные положения не носят принципиального характера и не влияют на общую положительную оценку диссертационной работы.

В целом, следует сделать вывод, диссертационная работа Чумаченко Галины Валерьевны актуальна, полученные результаты содержат научную новизну, работа отвечает требованиям, предъявляемым к докторским диссертациям, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Савельева Надежда Константиновна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук по специальности
08.00.05 – Экономика и управление народным
хозяйством (маркетинг), директор
института экономики и менеджмента,
профессор кафедры менеджмента
и маркетинга ФГБОУ ВО «Вятский государственный
университет» (ВятГУ),
доктор экономических наук,
доцент

Савельева Надежда Константиновна
«13» 06 2024 г.

Контактные данные:
610000, г. Киров, ул. Московская, д.36
e-mail: nk_savelyeva@vyatsu.ru
адрес сайта: <https://www.vyatsu.ru>
тел.: +79229752535

