

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Чумаченко Галины Валерьевны
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)

Основное преимущество концепции маркетинга персонала заключается в возможности организации определенного планирования для реализации кадровой стратегии: маркетинг персонала открывает для предприятия возможность формирования человеческого потенциала на длительную перспективу, способные образовать стратегический потенциал, посредством которого можно реализовывать запланированные мероприятия. Для современных российских предприятий в полной мере реализовать концепцию маркетинга персонала можно только посредством переосмысления последствий для всех направлений работы с персоналом, отраженного в целеполагании, мотивировании персонала и обеспечении социальной ответственности предприятия. Таким образом, изучение проблем мотивации работников и разработка инновационных методов стимулирования и побуждения персонала к более эффективной трудовой деятельности является в настоящий момент одним из ключевых условий успешного развития предприятий и сохранения достойного уровня конкурентоспособности на рынке, что доказывает актуальность темы диссертационного исследования Чумаченко Г.В.

В автореферате диссертации четко сформулированы цели и задачи исследования, определены объект и предмет.

Отличаются научной новизной, практической актуальностью, оригинальностью и аргументированностью авторские положения, выносимые на защиту. Особого внимания заслуживает сформированный концептуальный подход к развитию рекрутингового маркетинга в качестве использования его для формирования благоприятного имиджа компании; разработанная детерминированная многофакторная модель оценки имиджа компании.

Не вызывает сомнений теоретическая и практическая значимость работы которая состоит в совершенствовании теоретических и научно-

методических положений по развитию маркетинга персонала, в связи с чем теоретические аспекты доведены до уровня обоснованных научно-методологических подходов, конкретных положений и рекомендаций по развитию маркетинга персонала, рекрутингового маркетинга и оценке имиджа компаний.

Следует обратить внимание, что результаты научного исследования нашли отражение в пяти госбюджетных темах, выполненных согласно тематическому плану научно-исследовательских работ ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени Владимира Даля».

Теоретико-методические результаты исследования используются в учебном процессе Федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Луганский государственный университет имени Владимира Даля».

Методологической основой являются концептуальные положения фундаментальных и прикладных работ отечественных и зарубежных исследователей по вопросам маркетинга персонала в условиях структурных изменений, в рамках которой использованы различные методы познания, что позволило автору всесторонне и на высоком научном уровне проанализировать все объекты исследования.

Структура работы обеспечивает ее внутреннее единство, соответствует научному замыслу и позволила автору всесторонне раскрыть тему диссертационного исследования. Основные положения, выносимые на защиту, подтверждают выводы автора по научной новизне диссертационного исследования. Они выражают авторскую позицию по проблемам темы и концептуально обоснованы.

Вместе с тем некоторые положения автореферата нуждаются в дополнительной аргументации или пояснении.

1. Из текста автореферата не совсем ясны критерии определяющие имидж компании на основе концепции маркетинга персонала;

2. При рассмотрении таблицы 1 «Структурные вызовы в организации маркетинга персонала» на странице 10 автореферата не совсем понятно

принципиальное отличие структурного вызова «Недостаток ресурсов» и «Недостаток квалифицированных кадров».

Однако, высказанные замечания носят дискуссионный характер и не влияют в целом на общую положительную оценку проведенного диссертационного исследования. Содержание автореферата позволяет сделать вывод, что диссертация является самостоятельным и актуальным исследованием, выполненным на высоком теоретическом уровне, которое отличается научной новизной и практической значимостью, а ее автор заслуживает присуждения ему ученой степени доктора экономических наук по специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Яковлева Наталья Геннадьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономических наук (специальность 08.00.01 – Экономическая теория), доцент, ведущий научный сотрудник Центра институтов социально-экономического развития Институт экономики Российской академии наук

Яковлева Наталья Геннадьевна



[Handwritten signature]
Подпись Яковлевой Н.Г.
удостоверяется : Зав. канцелярией
Федерального государственного бюджетного
учреждения науки Института экономики
Российской академии наук *[Handwritten signature]*

Место работы: Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Институт экономики Российской академии наук», ведущий научный сотрудник

Адрес места работы:

117218, Россия, г. Москва, Нахимовский проспект, 32

Сайт: [www://https://inecon.org](https://inecon.org)

тел.: +7 (499) 724-15-41, e-mail: ieras@inecon.ru

11.06.2024 г.