

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации Ванян Миланы Николаевны  
«Формирование и развитие долгосрочных взаимовыгодных отношений  
с работниками в корпоративных системах маркетинга персонала»,  
представленной на соискание ученой степени кандидата экономических наук по  
специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:  
маркетинг в Диссертационный совет Д 212.101.13 при Кубанском  
государственном университете

Экономические реформы, проводимые в России в условиях санкций, обуславливают необходимость развития теоретических, методических и методологических аспектов использования маркетингового инструментария маркетинга персонала и перевода долгосрочных отношений в системе «предприятие - работник» из формальной плоскости в ранг уникального конкурентного преимущества. При этом особую актуальность приобретает реализация маркетинговой концепции управления в отношении персонала предприятия как ключевого резерва повышения эффективности деятельности предприятия и его конкурентоспособности. Все это свидетельствует о несомненной актуальности темы диссертационного исследования.

Работа Ванян М.Н. – результат авторских исследований по изучению специализированных маркетинговых резервов роста эффективности управления персоналом современных предприятий и организаций на базе формирования долгосрочных взаимовыгодных отношений с работниками в ходе реализации программ и мероприятий внутриорганизационного маркетинга.

В работе исследованы особенности персонала как объекта внутреннего маркетингового воздействия; особенности применения инструментария, реализации функций, целей и задач маркетингового воздействия на персонал предприятия; модернизирована системы научных представлений в части долговременных отношений как стратегической цели корпоративных систем маркетинга персонала (стр. 5-9, 11-13).

Диссертационное исследование М.Н. Ванян позволило расширить существующие научные представления о вовлеченности и оценке состояния отношений с персоналом в корпоративных системах маркетинга персонала предприятий; обеспечить дополнительные маркетинговые возможности в отношении уволенного персонала (приглашение на работу в периоды пиковой нагрузки; экспертные оценки; поддержка реализации корпоративных проектов; возможность возврата на предприятие при необходимости; поддержание имиджа работодателя и т.д.).

Основные положения и выводы диссертационной работы докладывались автором и получили одобрение на международных и всероссийских научно-практических конференциях.



В качестве замечания отметим: из автореферата не ясно, каким образом предполагается количественно рассчитать экономический эффект использования маркетингового анализа партнерского подхода по сравнению с ресурсной оценкой имеющегося трудового потенциала предприятия.

Несмотря на отмеченный недостаток, Ванян М.Н. выполнено актуальное, современное и законченное исследование, которое используется в учебном процессе вузов.

На основании вышеизложенного считаю, что работа Ванян М.Н. «Формирование и развитие долгосрочных взаимовыгодных отношений с работниками в корпоративных системах маркетинга персонала» имеет научную новизну, существенное прикладное значение и отвечает требованиям п.9 Постановления Правительства РФ № 842, предъявляемым к кандидатским диссертациям.

Автор диссертации – Ванян Милана Николаевна заслуживает присвоения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг.

д-р экон. наук, профессор, зав. кафедрой  
маркетинга ФГБОУ ВПО «Белгородский  
государственный технологический  
университет им. В.Г. Шухова

 Е.Д. Щетинина

*Екатерина Даниловна Щетинина*  
Дом. адрес: 308012, г. Белгород, ул. Академическая, 23а, кв. 140  
Телефон: (4722) 541639, 89192294041  
e-mail: schetinina@inbox.ru

Подпись Е.Д. Щетининой  
заверяю

Проректор по научной работе



  
Е.И. Евтушенко