

## **ОТЗЫВ**

**на автореферат диссертации Ванян М.Н. на тему  
«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**

Научное исследование Ванян М.Н. ориентировано на изучение одной из наиболее актуальных проблем теории и практики внедрения эффективного инструментария маркетинга персонала и перевода долгосрочных отношений в системе «предприятие - работник» из формальной плоскости в ранг уникального конкурентного преимущества, обеспечивающего устойчивый рост корпоративной конкурентоспособности.

Актуальность диссертационной работы подтверждается опытом мирового инновационного развития, доказывающим необходимость обновления маркетинговой деятельности современных предприятий, направленной на ее ключевые элементы, структуру маркетинговой среды для выявления путей наиболее эффективного применения внутренних маркетинговых резервов предприятия (стр. 3-4).

Недостаточная проработанность проблематики маркетинговых исследований социально-трудовой сферы предприятия, во-первых, отражает сложность исследуемой проблемы, во-вторых, инициирует необходимость дальнейших теоретических, методологических и практических разработок.

В работе аргументировано и логично обосновывается, что увязка этапов профессионального жизненного цикла, приоритетов развития индивидуума как работника, инструментов и методов маркетинга персонала необходимы для организации продуктивного взаимодействия предприятия и его работников на основе понимания и разделения обеими сторонами приоритетов, целей и задач развития обоих партнеров в маркетинговом процессе, ориентированном на

долгосрочные, продуктивные и взаимовыгодные отношения работодателя и работника (с. 8-10).

К наиболее значимым, по нашему мнению, элементам новизны диссертационного исследования правомерно отнести: авторскую классификацию состава и структуры долгосрочных отношений с персоналом, увязывающую их динамику со стажем трудовой деятельности в пределах предприятия и личным маркетинговым профилем конкретного работника; аналитическую характеристику системы учета при планировании и реализации мероприятий и программ маркетинга персонала этапа профессионального жизненного цикла целевой группы работников в пределах календарной продолжительности жизни.

В ходе осуществления диссертационного исследования были использованы адекватные приемы и методы исследования: общенаучные и специальные, обеспечивающие решение прикладных задач в сфере маркетинга, что позволяет отметить репрезентативность полученных результатов исследования, достоверность и обоснованность положений, выносимых на защиту.

В результате диссертационного исследования найдено подтверждение выдвинутой автором научной гипотезы о наличии и возможности реализации маркетинговых резервов роста эффективности операционной деятельности предприятий и организаций за счет формирования и развития долгосрочных взаимовыгодных отношений «предприятие – работник» и извлечения на этой основе системы долгосрочных маркетинговых эффектов материального и нематериального характера.

Вместе с тем, кажется целесообразным более подробно рассмотреть маркетинговые аспекты найма наилучших работников на основе маркетингового инструментария: бренда работодателя, прямого рекрутинга, конкурентных форм и условий найма и т.д.

Представленные материалы имеют необходимые обоснование и аргументацию, иллюстрированы наглядными структурно-графическими схемами.

В целом с позиций актуальности, научной новизны и практической значимости представленная к защите работа Ванян М.Н. на тему: «Формирование и развитие долгосрочных взаимовыгодных отношений с работниками в корпоративных системах маркетинга персонала» отвечает требованиям п.9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» ВАК Министерства образования и науки Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства РФ № 842 от 24.09.2013, а ее автор Ванян Милана Николаевна заслуживает присуждения ученой степени кандидат экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством - маркетинг.

Профессор кафедры «Менеджмент и маркетинг», ФГБОУ ВПО «Тамбовский государственный университет им.Г.Р. Державина», д.э.н., профессор

Кацук О.А.

*Кацук Ольга Анатольевна*

*Адрес: 392000 г. Тамбов, ул. Советская, д. 181 «И», кабинет 401*

*Телефон: 8 (4752) 712201 доб.4220*

*E-mail: tmbtsukafmarketing@yandex.ru*

Подпись Кацук О.А. заверяю  
зам. начальника Управления кадров  
ФГБОУ ВПО "ТГУ им. Г.Р. Державина



Котова И.А.