

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**

Выполненная Ванян М.Н. диссертационная работа отражает актуальную для современной теории и практики проблему внедрения современной концепции холистического маркетинга, ориентированного на максимально полное удовлетворение нужд и потребностей потребителей с использованием инструментария маркетинговых отношений, в практическую деятельность рыночных субъектов.

Сложившаяся в настоящее время ситуация в данной сфере однозначно указывает на необходимость ее стратегической ориентации на формирование и непрерывное развитие долгосрочных отношений с персоналом, переход от ресурсного к инвестиционному подходу к пониманию роли маркетинга персонала в формировании корпоративного конкурентного потенциала.

Это инициирует глубокое научное осмысление, теоретическую проработку и успешное практическое внедрение инновационных маркетинговых персонал-технологий, отвечающих современным требованиям рынка труда.

Как справедливо отмечает Ванян М.Н., современное предприятие при корректной реализации маркетингового инструментария в отношении собственного персонала, а также ключевых субъектов внутреннего рынка труда, способно обеспечить существенное конкурентное преимущество, заключающееся в возможности найма и маркетингового сопровождения трудовой деятельности лучших соискателей, а также осуществить маркетинговую концепцию партнерства, ориентированную на рост вовлеченности и лояльности персонала (с. 14-16).

Среди основных элементов новизны работы Ванян М.Н. особенно интересна авторская схема последовательности фаз и мероприятий процесса маркетинга персонала, акцентирующая внимание на необходимости маркетингового профилирования новых работников в соответствии с их потенциалом трудоспособности; учет при планировании и реализации мероприятий и программ маркетинга персонала этапа профессионального жизненного цикла целевой группы работников в пределах календарной продолжительности жизни; маркетинговые особенности применения аутплейсмента в системе методов и инструментов маркетинга персонала, ориентированных на долгосрочные отношения с работниками предприятия.

К числу достоинств работы можно отнести критический анализ сложившейся системы маркетинга взаимодействия в отношении персонала предприятия; теоретико-методический подход к организации и развитию долгосрочных отношений предприятия с работниками, основанный на

концепции жизненного цикла работника внутри предприятия (развитие долгосрочных отношений предприятия с работниками возможно за счет идентификации и учета в корпоративной системе маркетинга персонала фаз профессионального жизненного цикла работника в пределах календарной продолжительности жизни) (с. 16-19).

Практическая значимость материалов диссертации состоит в том, что реализация аутплейсмента в системе маркетинга персонала позволит обеспечить предприятию дополнительные маркетинговые возможности в отношении уволенного персонала: приглашение на работу в периоды пиковой нагрузки; поддержку реализации корпоративных проектов; использование личного ресурса контактов; возможность возврата на предприятие при необходимости и т.д.

Наряду с положительными моментами, следует отметить следующее: из текста автореферата не ясно, чем отличается модель жизненного цикла персонала, предлагаемая автором (с. 16-17) от ранее разработанных моделей?

Указанное замечание не снижает актуальности диссертационной работы, степени научно-практической новизны и достоверности выводов соискателя.

В целом, на наш взгляд, работа Ванян М.Н. представляет собой логически выстроенное и обоснованное научное исследование теоретически и практически значимой проблемы и отражает авторское видение решения задачи роста эффективности функционирования предприятия за счет более корректного использования маркетингового инструментария в отношении его персонала, отвечает требованиям, изложенным в п. 9 «Положения о порядке присуждения ученых степеней» в редакции Постановления Правительства РФ от 842 от 24.09.2013 года, а ее автор Ванян Милана Николаевна заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (маркетинг).

Профессор кафедры менеджмента и
маркетинга Тверской государственной
сельскохозяйственной академии
д.э.н., доцент



Глебова А.Г.

Адрес: 170904, Тверская область, г. Тверь,
ул. Маршала Василевского (Сахарово), д. 7
Тел. 8(4822)53-16-83
E-mail: annaglebowa@mail.ru

Ученый секретарь
Ученого совета



Володькина Г.М.