

ОТЗЫВ

**на автореферат диссертации Лобановой В.В. на тему
«Маркетинг персонала в системе экономической стратегии
современного предприятия», представленной на соискание ученой
степени кандидата экономических наук
по специальности 08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством: маркетинг**

Выполненное Лобановой В.В. диссертационное исследование отражает весьма актуальную для современной теории и практики проблематику формирования персонала предприятия и максимально продуктивного использования его трудоспособности с применением малобюджетных технологий внутриорганизационного маркетинга.

Сложившаяся в настоящее время ситуация в данной сфере однозначно указывает на необходимость активизации маркетинговой деятельности современных предприятий в направлении всех элементов, формирующих структуру маркетинговой среды субъекта хозяйствования с целью поиска, а при необходимости и создания, и дальнейшей интенсификации внутренних маркетинговых резервов повышения эффективности их функционирования.

В связи с этим требуются серьезное научное осмысление, глубокая теоретическая проработка и успешное практическое внедрение принципиально новых маркетинговых персонал-технологий, адекватных сложившимся экономическим реалиям на рынке труда.

Как справедливо отмечает автор исследования, современное предприятие при реализации маркетингового инструментария в отношении собственного персонала, а также основных субъектов рынка труда, может получить значимое конкурентное преимущество, выраженное в возможности найма и маркетингового сопровождения трудовой деятельности лучших соискателей, а также реализовать маркетинговую концепцию партнерства, направленную на рост вовлеченности и лояльности персонала.

Среди основных элементов новизны исследования особый интерес представляет авторская схема специализированных маркетинговых исследований, обеспечивающая понимание особенностей и специфики маркетинговой информации рынка труда в зависимости от информационных потребностей его субъектов, современную классификацию специализированных методов маркетинговых исследований этого рынка, включающую создание/модернизацию системы маркетинга персонала; проектирование и реализацию программ профессиональной ориентации и обучения молодых специалистов; программы вовлеченности и лояльности; программы участия в управлении предприятием; программы занятости отдельных категорий персонала (студенты, пенсионеры, мигранты, безработные, молодые мамы и т.д.); программы аутплейсмента и сотрудничества с «потерянными» сотрудниками.

К числу достоинств работы можно отнести критический анализ сложившейся системы маркетинга взаимодействия в отношении персонала

предприятия; выявление ее ограничений и предпосылок; определение степени соответствия функционирования исследуемой системы поставленной цели (обеспечение устойчивых темпов роста); обоснование необходимости формирования принципиально иной системы факторов.

Практическая значимость материалов диссертации состоит в том, что реализация маркетинговой концепции управления в отношении персонала предприятия представляет собой значимые интенсивные резервы роста эффективности деятельности предприятия и обеспечивает повышение его конкурентоспособности, что представляется весьма значимым для хозяйствующего рыночного субъекта.

Наряду с положительными сторонами, можно отметить некоторые замечания. В частности, было бы целесообразным расширить анализ маркетинга персонала в аспекте социально незащищенных слоев населения.

Указанное замечание не снижает актуальности выбранной темы, степени научной и практической новизны идей, достоверности выводов.

В целом, по нашему мнению, диссертация Лобановой В.В. представляет собой логически выстроенную, обоснованную научно-исследовательскую работу, содержащую достаточно глубокую проработку теоретически и практически значимой проблемы и отражающую авторское решение задачи повышения эффективности деятельности предприятия на основе применения маркетингового инструментария в отношении персонала предприятий.

Содержание и оформление работы соответствует требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: маркетинг, а автор Лобанова Валентина Владимировна заслуживает присуждения искомой степени.

Профессор кафедры маркетинга
ФГБОУ ВПО РГАУ-МСХА
имени К.А. Тимирязева,
доктор экономических наук
Володина Наталья Геннадьевна

Контактная информация:
127550, г. Москва, ул. Тимирязевская, д. 49,
тел. (499) 9779271,
e-mail: volodina@timacad.ru.



Володина
Остроухова
ПОДПИСЬ
ЗАВЕРЯЮ
СВЕД. О/К
Е. А. ОСТРОУХОВА