

ОТЗЫВ

на диссертационную работу Сатывалдиевой Бактыгуль Абдураимовны на тему: «Развитие регионального маркетинга в современных условиях: теоретико-методологический аспект», представленную на соискание учёной степени доктора экономических наук по специальности 08.00.06. – национальная и региональная экономика официального оппонента, доктора экономических наук, профессора Исраилова Мукаша.

1. Актуальность темы.

В условиях современных вызовов социально-экономическое развитие территорий занимает ключевое место в стратегиях макроэкономической политики государств. Обеспечение устойчивого роста регионов становится основой для повышения уровня и качества жизни населения, создания материально-ресурсной базы для долгосрочного развития общества и стимулирования привлечения инвестиций в наиболее перспективные отрасли.

С учетом растущей изменчивости внешней среды возрастает значимость маркетинговых подходов в управлении социально-экономическим развитием региона. Концепция регионального маркетинга представляет собой стратегический инструмент, направленный на выявление, формирование и продвижение уникальных конкурентных преимуществ региона. Такой подход предполагает не только повышение стоимости и полезности ресурсов региона, включая природные, финансовые, трудовые и социальные, но и создание благоприятных условий для их воспроизводства и эффективного использования.

Региональный маркетинг как научная и практическая категория фокусируется на комплексной реализации задач по повышению привлекательности территорий для различных целевых аудиторий: инвесторов, туристов, бизнеса и местного населения. В этой связи он выступает механизмом укрепления регионального бренда, развития

конкурентоспособности и обеспечения устойчивого экономического роста региона. Следовательно, разработка теоретических и методологических подходов к региональному маркетингу, выбор и обоснование эффективных маркетинговых стратегий для социально-экономического развития регионов, применительно к условиям Кыргызской Республики, подтверждает актуальность и практическую значимость настоящей диссертационной работы.

2. Научные результаты

В диссертации представлены научно обоснованные теоретико – методологические и практические результаты, совокупность которых играет важную роль в понимании теории развития регионального маркетинга:

- уточнены ключевые понятия в рамках теории регионального маркетинга, с учетом междисциплинарности исследования региональный маркетинг понимается как системный процесс планирования и реализации маркетинговых стратегий направленных на учет и решение воспроизводственных проблем регионов, обеспечивающих пропорциональное развитие их экономик;
- сформирована модель исследования регионального маркетинга на основе системного подхода, которая обеспечивает обоснованное решение задач оптимизации структуры функционирования системы регионального маркетинга. Согласно данному подходу, региональный маркетинг рассматривается как совокупность взаимосвязанных макроподсистем, включая интегрированные региональные маркетинговые коммуникации, систему маркетинговых региональных исследований, брендование территорий, комплекс регионального маркетинга (маркетинг-микс) и маркетинговую стратегию региона;
- предложена система маркетинговых показателей (метрик маркетинга), позволяющая эффективно использовать конкурентные преимущества региона путем интегрирования функций регионального маркетинга в общую стратегию регионального развития, включающие элементы маркетинговой

привлекательности для основных групп потребителей для привлечения инвестиций и развития региона;

- создана классификация регионов на основе кластерного подхода в зависимости от уровня социально-экономического развития региона позволяющая анализировать особенности и характеристики каждой категории регионов в контексте их конкурентоспособности;

- разработана многофакторная регрессионная модель регионального развития, которая позволяет проводить многомерный анализ влияния различных факторов, что позволяет выявлять сложные взаимосвязи между ними и определять, какие из них более критичны для регионального развития. Модель предоставляет возможность проводить прогнозирование будущего развития регионов на основе данных и внешних воздействий;

- представлена модель маркетинг-микс, которая позволяет учесть уникальные особенности региона и эффективно взаимодействовать с различными целевыми аудиториями. Модель включает в себя детальную проработку каждого элемента маркетингового комплекса (товар, цена, сбыт, продвижение) и позволяет определить наиболее эффективные мероприятия для достижения поставленных маркетинговых целей;

- предложена маркетинговая стратегия регионов, основанная на уникальных характеристиках и отраслевой специализации региона. Алгоритм формирования маркетинговой стратегии учитывает комплексные факторы, влияющие на маркетинговую среду региона и адаптирован к различным типам стейкхолдеров (население, бизнес, туристы);

- предложены рекомендации по внедрению маркетинга в систему управления региональным развитием в условиях экономической интеграции. Характерной особенностью предложенного подхода является диверсификация региональной системы на основе принципов "умной специализации";

3. Степень новизны научных результатов (научного положения) выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.

Анализ результатов, полученных в диссертации, свидетельствует об их научной новизне, что представлено в методологическом обосновании, разработке концепции и научно-методических положений регионального маркетинга в системе социально-экономического развития территориальных образований. Элементы научной новизны диссертации:

Результат 1. предложено исследование теории регионального маркетинга с позиции междисциплинарности, при этом региональный маркетинг понимается как системный процесс планирования и реализации маркетинговых стратегий направленных на учет и решение воспроизводственных проблем регионов, обеспечивающих пропорциональное развитие их экономик;

Результат 2. сформирована модель исследования регионального маркетинга на основе системного подхода, которая обеспечивает обоснованное решение задач оптимизации структуры функционирования системы регионального маркетинга.

Результат 3. предложена система маркетинговых показателей (метрик маркетинга), позволяющая эффективно использовать конкурентные преимущества региона путем интегрирования функций регионального маркетинга в общую стратегию регионального развития, включающие элементы маркетинговой привлекательности для основных групп потребителей для привлечения инвестиций и развития региона;

Результат 4. создана классификация регионов на основе кластерного подхода в зависимости от уровня социально-экономического развития региона позволяющая анализировать особенности и характеристики каждой категории регионов в контексте их конкурентоспособности;

Результат 5. разработана многофакторная регрессионная модель регионального развития, которая позволяет проводить многомерный анализ влияния различных факторов, что позволяет выявлять сложные взаимосвязи между ними и определять, какие из них более критичны для регионального развития.

Результат 6. представлена модель маркетинг-микс, которая позволяет учесть уникальные особенности региона и эффективно взаимодействовать с различными целевыми аудиториями.

Результат 7. предложена маркетинговая стратегия регионов, основанная на уникальных характеристиках и отраслевой специализации региона.

Результат 8. предложены рекомендации по внедрению маркетинга в систему управления региональным развитием в условиях экономической интеграции. Характерной особенностью предложенного подхода является диверсификация региональной системы на основе принципов "умной специализации";

4. Значимость для науки и практики, полученных автором диссертации результатов.

Теоретическое значение полученных результатов определяется предложенными научными идеями, разработанной концепцией регионального маркетинга в системе социально-экономического развития регионов, дальнейшим совершенствованием методологии и научно методических подходов к решению проблем регионального маркетинга как фактора их социально-экономического развития, формирования привлекательности и обоснования теоретико-методологических подходов к исследованию каждой его системообразующей составляющей на основе маркетингового инструментария.

Практическая значимость диссертационной работы заключается в том, что разработанные и предложенные научные идеи, концепции, теоретико методологические и научно-практические подходы и рекомендации могут использоваться в управлении социально- экономическим развитием регионов на основе маркетингового подхода. Полученные результаты исследования и основные положения диссертационной работы используются в учебном процессе КНУ им Ж. Баласагына при изучении дисциплин «Маркетинг», «Управление маркетинговыми проектами», «Международный маркетинг». Результаты диссертационной работы неоднократно апробированы на научных

и научно-практических конференциях. Объем печатных трудов и их количество соответствуют требованиям НАК ПКР, предъявляемым к публикациям основного содержания диссертации на соискание ученой степени доктора наук.

5. Рекомендации по использованию результатов диссертационного исследования.

Структура диссертационной работы обеспечила строгую логическую последовательность изложения материала и внутреннее единство полученных результатов, направленных на теоретическое обоснование и практическое применение в области теории и методологии регионального маркетинга.

Представленный в диссертационном исследовании комплексный анализ основных трендов развития регионального развития Кыргызской Республики, позволил дать оценку факторам, определяющим развитие маркетинга для развития регионов. Практические оценки могут стать основой для дальнейших исследований в области экономики, особенно в контексте разработки стратегии развития регионов Кыргызской Республики и региональной экономической политики. Предложенные в диссертации теоретические и методологические подходы могут служить основой для формирования маркетинговых стратегий, направленных на привлечение инвестиций, развитие ключевых отраслей экономики и повышение конкурентоспособности регионов.

6. Степень опубликованности основных положений и результатов.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 26 научных работах, среди которых 24 статьи в базах РИНЦ, 2 статьи, индексируемые базой SCOPUS.

7. Замечания и недостатки.

Отмечая безусловные преимущества работы, тем не менее, представляется целесообразным обратить внимание автора на ряд положений, которые требуют уточнения:

1. В таблице 4.4. диссертации, приведены маркетинговые стратегии регионов, в зависимости от уровня или доступности уникальных ресурсов региона и уровня привлекательности, целесообразно было бы указать, какие конкретные действия и инструменты предполагаются в рамках каждой стратегии, а также какие результаты ожидаются.

2. При рассмотрении критериев привлекательности (таблица 2.2.) автор выделяет ряд показателей, входящих в интегральный показатель социально – экономического развития региона Кыргызской Республики, как стимуляторы и дестимуляторы. Было бы целесообразно привести статистические данные, которые обосновывают отнесение показателей к категории стимуляторов и дестимуляторов. Это позволило бы наглядно продемонстрировать, каким образом выбранные характеристики влияют на социально-экономическое развитие региона и почему они были классифицированы именно таким образом.

3. В работе, на протяжении всего текста сделано упоминание о том, что маркетинговая стратегия региона, ориентирована на максимальное использование уникальных ресурсов региона, но не упоминается, как эта стратегия будет согласована с существующими государственными программами и политиками развития региона. Важно уточнить, как региональный маркетинг будет взаимодействовать с другими уровнями власти и с планами национального масштаба.

В целом, приведенные замечания не снижают научной и практической ценности проведенного Сатывалдиевой Б.А. исследования и не отражаются на общей положительной оценке диссертации.

8. Соответствие автореферата содержанию диссертации.

Содержание автореферата полностью соответствует тексту диссертации, поставленным в ней целям и задачам исследования. Автореферат полностью отражает положения, выносимые на защиту. Автореферат имеет идентичное резюме на русском, кыргызском и английском языках.

9. Соответствие работы критериям, установленным Положением «О порядке присуждения учёных степеней» в Кыргызской Республике

Диссертация является законченной научно-квалификационной работой, выполненной автором самостоятельно на высоком научном уровне. В работе решена научная проблема формирования теоретических и методологических положений регионального маркетинга в системе социально-экономического развития, имеющей важное экономическое значение для развития региона.

Таким образом, диссертационная работа Сатывалдиевой Бактыгуль Абдураимовны на тему: «Развитие регионального маркетинга в современных условиях: теоретико-методологический аспект» по своему содержанию и оформлению, научной новизне результатов, уровню их обоснованности и достоверности, а также теоретической и практической значимости выводов и рекомендаций соответствует требованиям Положения «О порядке присуждения учёных степеней» НАК ПКР, а её автор заслуживает присуждения учёной степени доктора экономических наук по специальности 08.00.06. – национальная и региональная экономика.

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры бухгалтерского учёта,
анализа и аудита Кыргызско-Российского
Славянского университета им. Б.Н. Ельцина



М.Исраилов
М.Исраилов

ПОДПИСЬ ЗАВЕРЯЮ
ОК ГОУВПО КРСУ
ИНН 01512199310054

Исраилов