

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 Райымбаева Чаткалбая Кенейбаевича.

1. Актуальность темы исследования.

Новые вызовы цифровых трансформаций, социально-экономической конфронтации и трендов, происходящих в глобальной экономике, вынуждает экономики стран, находящихся на пути нахождения своего места в новом экономическом пространстве адекватно реагировать на происходящие процессы.

Такое положение, в первую очередь касается стран, которые находятся на этапе создания факторов экономического роста. В их числе Кыргызстан с незначительной долей экономического веса на международном рынке и определяющий собственный вектор экономической политики, в том числе и региональной. Однако, на протяжении всего периода независимости перед Кыргызской Республикой оставались неразрешимыми ключевые проблемы развития регионов. Поэтому на современном этапе экономических реформ в Кыргызстане возникает острая необходимость решения долгосрочных проблем социально-экономического развития регионов и повышение их конкурентоспособности.

При этом, внедрение маркетинговых концепций в стратегии развития регионов выступает ключевым фактором для увеличения их конкурентоспособности и участия в региональных и мировых рынках. Это, в



свою очередь, содействует привлекательности регионов для инвестиций и способствует их экономическому росту.

Все вышесказанное определило актуальность рассматриваемой проблемы, состоящей в необходимости использования регионального маркетинга как современного механизма, обеспечивающего необходимый уровень конкурентоспособности регионов и их устойчивого социально – экономического развития.

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, брендрование 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";

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

Научная новизна полученных разработок диссертационного исследования заключается в теоретико-методологическом и научно-практическом обосновании основных положений, обеспечивающих управление социально-экономическим развитием региона на основе маркетинга, что позволило получить следующие научные результаты:

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. Практическая значимость полученных результатов.

Значимость проведённого исследования заключается в том, что они предлагают специфические рекомендации, которые могут быть применены в управлении социально-экономическим развитием региона, основанном на маркетинговом подходе. Эти результаты расширяют возможности органов исполнительной власти в предсказании, планировании и осуществлении маркетингового управления территорией и ее позиционирования на рынке. Отдельное практическое значение представляют рекомендации по оценке формирования маркетингового потенциала территории и созданию единого реестра потребителей ресурсов этой территории. Полученные материалы диссертации могут быть использованы для подготовки и создания организационных структур, занимающихся развитием регионального маркетинга и других региональных образований. Результаты исследования также могут быть использованы в курсах по региональной экономике, государственному и муниципальному управлению, а также региональному маркетингу в высших учебных заведениях.

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 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.

6. Степень опубликованности основных положений и результатов.

Основные положения диссертационной работы опубликованы в 26 научных работах, среди которых 2 статьи, индексируемые SCOPUS, 22 статьи в рецензируемых научных изданиях, 2 работы апробационного характера.

7. Замечания и недостатки.

- в теоретической части диссертации обзор литературы можно было бы расширить в части анализа вклада современных авторов, работающих в области темы диссертационного исследования.
- при построении матрицы маркетинговых стратегий региона, в зависимости от уровня или доступности уникальных ресурсов региона и уровня привлекательности необходимо было бы усилить данную аргументацию дополнительным методологическим пояснением.
- отмечаются некоторые грамматические ошибки, отдельные стилистические недочеты.

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.

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

Представленная к защите диссертация Сатывалдиевой Б.А. является научно-квалификационной работой, решающей актуальную научную проблему, имеющую высокую практическую значимость.

Диссертационная работа содержит совокупность научных методологических, практических результатов и положений, имеет внутреннее единство и свидетельство о личном вкладе соискателя в региональную экономическую науку. Диссертационное исследование полностью соответствует требованиям Положения «О порядке присуждения учёных степеней» НАК ПКР, а её автор Сатывалдиева Бактыгуль Абдураимовна заслуживает присуждения учёной степени доктора экономических наук по специальности 08.00.06. – национальная и региональная экономика.

Официальный оппонент:

доктор экономических наук, профессор,

советник ректора Узбекского

международного университета

им. Батыралы Сыдыкова



Ч.К. Райымбаев

