

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

члена экспертной комиссии диссертационного совета Д. 08.23.666 при КНУ им.Ж.Баласагына и КГТУ им. И.Раззакова доктора экономических наук, профессора Исраилова Мукаша по диссертации Сатывалдиевой Бактыгуль Абдураимовны на тему: «Развитие регионального маркетинга в современных условиях: теоретико-методологический аспект» представленной на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.06. – национальная и региональная экономика, рассмотрев представленную соискателем диссертацию, пришел к следующему заключению:

1. Соответствие работы специальности, по которой дано право диссертационному совету принимать диссертации к защите

Представленная Сатывалдиевой Бактыгуль Абдураимовной докторская диссертация на тему: «Развитие регионального маркетинга в современных условиях: теоретико-методологический аспект» соответствует профилю диссертационного совета 08.00.06.- национальная и региональная экономика.

2. Целью диссертации является развитие и разработка теоретико – методологических положений регионального маркетинга в современных условиях экономического развития с учетом конкурентоспособности регионов.

Поставленная цель достигнута решением в диссертации следующих задач:

Задача 1. Уточнить терминологический аппарат теории регионального маркетинга.

Задача 2. Сформировать модель регионального маркетинга с позиции системного подхода с учетом конкурентоспособности.

Задача 3. Предложить адаптированную систему маркетинговых показателей (метрик маркетинга).

Задача 4. Провести типологизацию регионов с учетом конкурентоспособности.

Задача 5. Разработать многофакторную корреляционную модель регионального развития, предназначенную для прогнозирования.

Задача 6. Расширить модель маркетинг-микса новыми инструментами.



условиях и с особыми социально-экономическими отношениями, это заставляет государство рассматривать самые различные варианты дальнейшего развития и выбирать наиболее эффективные пути повышения страновой и региональной конкурентоспособности.

Однако, на протяжении всего периода постсоветского развития Кыргызстан так и не смог решить 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. Однако, на наш взгляд, достижение указанных целей возможно только лишь при формировании и развитии современных механизмов и методов государственного регулирования экономики, а также при совершенствовании инструментов, способствующих развитию региональной экономики.

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. При этом необходимо особо отметить, что, к сожалению, научных исследований, по проблеме маркетинга применительно к региональному управлению в Кыргызстане практически отсутствуют, хотя данное научное направление требует глубокого научного осмысления и понимания.

3. Научные результаты

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке теоретико-методологических и научно-практических подходов к управлению социально-экономическим развитием региона на основе регионального маркетинга.

Основными научными результатами, имеющими научную новизну, являются следующее:

Результат 1. Уточнен терминологический аппарат теории регионального маркетинга, в части выделения регионального маркетинга как составной части региональной экономической политики, который представляет собой процесс планирования и реализации маркетинговых стратегий и инструментов на уровне региона, направленных на достижение целей региональной экономической политики, повышение качества жизни населения и укрепление позиций региона на рынке в условиях конкуренции с другими регионами.

Результат 2. 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, брендинг территорий, комплекс регионального маркетинга (маркетинг-микс) и маркетинговую стратегию региона.

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.

Результат 4. Создана типологизация регионов на основе кластерного подхода в зависимости от степени конкурентоспособности 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. Модель предоставляет возможность проводить прогнозирование будущего развития регионов на основе данных и внешних воздействий.

Результат 6. Расширена модель маркетинг-микса путем внедрения двух новых составляющих, программа и финансовые ресурсы в стандартную модель маркетинг-микса, которые позволяют учитывать особенности регионального маркетинга, а также взаимодействие региональных программ и финансовых ресурсов в контексте обеспечения социально-экономического развития регионов. Предложенная модификация учитывает современные вызовы и изменения, с которыми сталкиваются регионы, и позволяет им более эффективно использовать маркетинговые инструменты для достижения социально-экономического развития регионов.

Результат 7. Разработаны стратегии направленные на увеличение конкурентоспособности регионов через повышение их маркетинговой привлекательности региона, с учетом его индивидуальных особенностей и субъектно-ориентированных составляющих, таких как региональная социально-экономическая система, управление региональным развитием, стейкхолдеры.

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".

3.1. Степень новизны каждого научного результата (положения), выводов и заключения соискателя, сформулированных в диссертации.

Результат 1. Является новым, поскольку автором терминологический аппарат в теории управления региональным развитием определен с учетом интеграции маркетинговых инструментов и инструментов управления региональным развитием.

Результат 2. Частично новый, согласно данному подходу, региональный маркетинг рассматривается как совокупность взаимосвязанных макроподсистем.

Результат 3. Является новым, поскольку автор предложил систему маркетинговых показателей (метрик маркетинга), адаптированную для использования в качестве экономических инструментов при разработке региональных программных документов.

Результат 4. Является новым, поскольку автором создана типология регионов на основе кластерного подхода, учитывающая степень привлекательности региона для основных потребителей.

Результат 5. Является новым, поскольку автором предложена многофакторная регрессионная модель регионального развития, которая позволяет проводить многомерный анализ влияния различных факторов.

Результат 6. Является частично новым, поскольку расширена модель маркетинг-микса путем внедрения двух новых составляющих, программа и финансовые ресурсы в стандартную модель маркетинг-микса.

Результат 7. Является новым, поскольку автором предложен механизм реализации стратегий по повышению маркетинговой привлекательности региона с учетом его индивидуальных особенностей и субъектно-ориентированных составляющих.

Результат 8. Частично новый, поскольку автором разработаны рекомендации по внедрению маркетинга в систему управления региональным развитием в условиях экономической интеграции.

Диссертационная работа по новизне научных и методических решений отвечает квалификационные требованиям.

3.2. Достоверность научных результатов. Обоснованность и достоверность научных положений, разработанных автором, подтверждается обобщением современных научных методов исследования, предоставленным анализом панельных данных, доказываемая апробацией результатов исследования.

3.3. Теоретическое значение работы заключается в совершенствовании инструментов регионального маркетинга, как фактор социально - экономического развития региона. Разработанные в диссертации рекомендации по развитию регионального маркетинга

могут служить основой для дальнейших исследований в сфере экономики, а именно при разработке стратегии развития регионов Кыргызской Республики и региональной политики.

3.4. Диссертационная работа соответствует паспорту специальности 08.00.06 – национальная и региональная экономика.

4. Практическая значимость полученных результатов

Научные результаты могут быть использованы в управлении социально-экономическим развитием территорий на основе маркетингового подхода, они заключается в том, что результаты диссертационного исследования расширяют возможности органов исполнительной власти в прогнозировании, планировании и реализации маркетингового управления региональным развитием, ее рыночного позиционирования. Самостоятельное практическое значение имеют рекомендации по проведению оценки формирования маркетингового потенциала территории, а также по созданию единого реестра потребителей ресурсов регионов.

Материалы диссертации могут использоваться для подготовки и формирования организационных структур по развитию регионального маркетинга и других региональных образований. Предложения и рекомендации, разработанные в диссертации, одобрены и внедрены.

5. Соответствие автореферата содержанию диссертации.

Автореферат полностью соответствует основному содержанию диссертации, поставленной в ней цели и задачам исследования. Автореферат имеет идентичное резюме на кыргызском, русском и английском языках.

Основное содержание диссертационной работы соискателя изложено в 26 научных статьях, общее количество баллов превышает минимальное требование НАК КР, в том числе имеются статьи входящие в SCOPUS и РИНЦ.

Сформулированные выводы и положения, выносимые на защиту, согласуются с полученными результатами в публикациях.

6. Замечания:

1. В работе не приводится анализ экономического инновационного потенциала регионов, хотя автор приводит ключевой индикатор регионального развития ВРП и ВРП на душу населения. Далее идёт ссылка на другие индикаторы, но нет их расшифровки, соискателю следовало бы включить и такие показатели как территориальную и отраслевую структуру ВРП, а также показатели инновационного потенциала, как инновационная активность региона, восприимчивость, а также другие индикаторы связанные с объемом технологической инновации.

2. Работа была бы более аналитической, если дополнить рейтинговые оценки и классификации регионов на основе методов инновационной конкурентоспособности, особенно механизмами регионального маркетинга в условиях цифровизации.

Классификация регионов особенно актуальна при формулировании приоритетов региональной политики государства в среднесрочной перспективе.

3. Автору следовало бы больше обратить внимание на эффективность действенной системы управления маркетингом для решения множественных задач экономики регионов, в части, где доминирующую роль принадлежит количественной оценке критериев модели анализа и прогнозирования динамики регионального развития, учитывающего объективное единство и взаимосвязь всех аспектов воспроизводственного процесса в регионе.

7. Предложения:

Научное исследование, предпринятое соискателем, представляется достаточно актуальным только в связке «региональная экономическая политика и региональный маркетинг».

8. Рекомендации:

В качестве официальных оппонентов предлагаем следующих учёных.

Первым официальным оппонентом - Токторбаеву Калину Авлабековну, д.э.н., эксперта бюро финансовой политики Института исследований экономической политики Кыргызской Республики, (шифр спец. 08.00.01, 08.00.05), который имеет близкие научные труды по исследуемой теме:

1) Токторбаева, К.А. Основные тенденции в развитии международной торговли Кыргызской Республики [Текст] / К.А. Токторбаева // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2021. - Т. 21. - № 7. - С. 52-61.

2) Токторбаева, К.А. Анализ внешней торговли Кыргызской Республики на основе гравитационной модели [Текст] / К.А. Токторбаева // Alatoo Academic Studies. 2021. - № 3. - С. 254-268.

3) Токторбаева, К.А. Влияние неравенства на качество жизни населения [Текст] / К.А. Токторбаева // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2015. - Т. 15. - № 8. - С. 159-162.

Вторым официальным оппонентом – Райымбаева Чаткалбая Кенейбаевича, д.э.н., профессора кафедры «Экономика, бухгалтерский учет и социальная работа» Кыргызско-Узбекского Международного университета имени Батыралы Сыдыкова, (шифр спец. 08.00.05), который имеет близкие научные труды по исследуемой теме:

1) Райымбаев, Ч.К. Вопросы улучшения способов повышения инвестиционной привлекательности [Текст] / Ч.К. Райымбаев // Инженер: научное и периодическое издание Инженерной академии Кыргызской Республики, 2022.- № 24. – С. 80-97.

2) Райымбаев, Ч.К. Анализ динамики развития социального обеспечения населения в регионах Кыргызской Республики [Текст] / Ч.К. Райымбаев // Наука. Образование. Техника, 2018.- № 1 (61). – С. 63-74.

3) Райымбаев, Ч.К. Международный опыт стимулирования инвестиционной деятельности [Текст] / Ч.К. Райымбаев // сборник филиала РГСУ г.Ош, издание «Интер наука», Москва, 2016. – С. 66-73.

Третьим официальным оппонентом - Дербишеву Эльмиру Дупеновну, д.э.н., директора СПО (Колледж) кампус им. Н.Исанова КГТУ им. И. Раззакова (шифр спец. 08.00.05), который имеет близкие научные труды по исследуемой теме:

1) Дербишева, Э.Д. Развитие туристического бизнеса в Кыргызской Республике в период нестабильности [Текст] / Э.Д. Дербишева // Актуальные проблемы и тенденции развития современной экономики. Сборник трудов Международной научно-практической конференции, Самара, 2022. - С. 497-503.

2) Дербишева, Э.Д. Анализ тенденций и перспективы развития туризма в Кыргызской Республике [Текст] / Э.Д. Дербишева // Вестник Кыргызского государственного университета строительства, транспорта и архитектуры им. Н.Исанова. 2022. - № 1 (75). - С. 240-246.

3) Дербишева, Э.Д. Пути развития туристической деятельности на уровне муниципальных образований [Текст] / Э.Д. Дербишева // Вестник Кыргызского государственного университета строительства, транспорта и архитектуры им. Н.Исанова. 2017. - № 1 (55). - С. 192-197.

В качестве ведущей организации назначить: кафедру «Экономика и менеджмент» Академии Государственного управления при Президенте Кыргызской Республики имени Ж. Абдрахманова.

9. Заключение.

Представленная диссертационная работа соответствует профилю диссертационного совета 08.00.06 – национальная и региональная экономика.

10. Эксперт, диссертационного совета рассмотрев представленные документы рекомендует диссертационному совету Д. 08.23.666. при Кыргызском национальном университете им. Ж. Баласагына и Кыргызском государственном техническом университете им. И.Раззакова принять диссертацию Сатывалдиевой Бактыгуль Абдураимовны на тему: «Развитие регионального маркетинга в современных условиях: теоретико-методологический аспект», представленную на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.06 – национальная и региональная экономика, к публичной защите.

Эксперт,
д.э.н., профессор



Исраилов М.
21.10.20

Ученый секретарь
ДС,
д.э.н., доцент

A handwritten signature in black ink, likely belonging to the academic secretary.

Есеналиева Б.Б.