

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Чолбаевой Сагынбубу Джумабековны, доктора экономических наук профессора - члена экспертной комиссии диссертационного совета Д 08.24.697 по защите диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук при НИУ Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова и Международном Университете Кыргызстана по диссертации Алымбаевой Жылдыз Карабековны «Особенности маркетинговой политики коммерческих банков Кыргызской Республики в условиях создания общего финансового рынка стран Евразийского экономического союза» по специальности 08.00.10 - финансы, денежное обращение и кредит.

Рассмотрев представленную соискателем Алымбаевой Жылдыз Карабековной диссертационную работу, представляю следующее заключение:

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

Представленная диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук соответствует профилю диссертационного совета Д 08.24.697.

Работа посвящается исследованию теоретических, методологических и практических аспектов применения маркетинговой политики коммерческими банками в условиях интеграции финансовых рынков. Основное внимание уделяется изучению особенностей маркетинговой деятельности коммерческих банков Кыргызской Республики в контексте формирования общего финансового рынка стран Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

Ключевые аспекты исследования включают: Анализ текущего состояния маркетинговой политики коммерческих банков Кыргызской Республики с учетом современных тенденций в банковской сфере. Исследование специфики интеграционных процессов в рамках ЕАЭС, включая регуляторные изменения, гармонизацию финансовых стандартов и экономические преобразования, оказывающие влияние на деятельность банков. Выявление вызовов и возможностей для банковской системы Кыргызской Республики, связанных с конкуренцией на общем финансовом рынке, а также с необходимостью адаптации к новым условиям. Особый акцент сделан на внедрении современных цифровых технологий, повышении качества клиентского обслуживания и увеличении конкурентоспособности банков в условиях интеграции.

Результаты исследования позволяют не только углубить теоретическое понимание маркетинговой политики банков в интегрированной финансовой среде, но и имеют практическое значение для разработки эффективных инструментов адаптации банковской системы Кыргызской Республики к условиям общего финансового рынка. Данная работа полностью соответствует паспорту специальности 08.00.10 — «Финансы, денежное

обращение и кредит», что подтверждает её актуальность и значимость как с теоретической, так и с практической точки зрения.

**2. Целью диссертационной работы** является разработка научно обоснованных рекомендаций по формированию банковской маркетинговой политики в условиях общего финансового рынка ЕАЭС.

В соответствии с поставленной целью определены следующие **задачи исследования:**

1. исследовать развитие теории и методологии формирования маркетинговой политики банков в условиях создания общего финансового рынка стран ЕАЭС и определить в нем место коммерческих банков КР;

2. опираясь на результаты исследования формирующегося в странах членах ЕАЭС современного понятийного аппарата, сформулировать авторское определение предмета, метода маркетинговой политики коммерческих банков и степени их применимости относительно финансового рынка;

3. раскрыть целевую направленность и содержание общего финансового рынка ЕАЭС, определить его место в общей системе экономических наук, как необходимого условия евразийской интеграции;

4. раскрыть влияние процесса интеграции банковской системы КР в соответствии с условиями создания общего финансового рынка стран ЕАЭС на информационную базу формирования механизмов и инструментов маркетинговой политики коммерческих банков и на этой основе сформулировать предложения по уточнению содержания отдельных нормативно-правовых документов, имеющих отношение к вопросам регулирования общего финансового рынка;

5. провести комплексный анализ эффективности использования инструментов маркетинговой политики, обосновать необходимость комплексного подхода к определению набора инструментов, способствующих достижению целей маркетинговой политики КБ, адекватным современным и перспективным условиям развития экономики;

6. изучить опыт стран ЕАЭС в использовании цифровых маркетинговых инструментов и финансовых технологий в банковской системе и возможности их адаптации в Кыргызской Республики.

7. обосновать перспективы формирования банковской маркетинговой политики в КР в условиях интеграционного финансового рынка ЕАЭС и определить направления дальнейшего совершенствования системы управления банковским маркетингом.

Задачи определены достаточно последовательно и полностью раскрывают суть поставленной цели.

В диссертационном исследовании установлено полное соответствие объекта исследования цели и задачам диссертации.

В диссертации для анализа и обоснования полученных результатов достаточно корректно были использованы общенаучные и специальные методы исследования: метод сравнительного анализа, экспертных оценок,

обобщения, монографический, выборочный, абстрактно-логический, экономико-статистический и эконометрический.

### **3. Актуальность темы диссертации.**

На первых этапах формирования рыночной кредитно-финансовой системы в Кыргызской Республики спрос на банковские услуги существенно превышал предложение, что исключало необходимость использования маркетинговой политики.

Сегодня рынок банковских услуг изменился, и на нем доминирует потребитель, что обусловлено ростом потребностей клиентов в новых продуктах и услугах. Банковский сектор остается одним из наиболее доходных, создавая высокую конкуренцию. Одновременно банковская система активно участвует в интеграционных процессах ЕАЭС, влияя на экономику страны. Общий финансовый рынок ЕАЭС является ключевым элементом интеграции, направленным на повышение доступности и качества банковских услуг. Концепция формирования общего финансового рынка ЕАЭС предполагает рост эффективности финансового сектора и развитие конкуренции.

Для достижения этих целей необходима трансформация банковского маркетинга с учетом интеграционных процессов и конкурентных преимуществ. Банковской системе Кыргызской Республики необходим эффективный опыт банковских систем стран-участниц ЕАЭС в техническом, инновационном плане, вместе с тем проводимые реформы в экономике, диктуют необходимость внедрения цифровых механизмов, обеспечивающих прозрачность предпринимательской деятельности. Кроме этого, небанковские организации оказывают сильное влияние на банковскую систему в части предоставления услуг на инновационной цифровой основе и это подстегивает конкуренцию для сохранения своей деятельности или максимизации прибыли. Увеличение количества цифровых услуг приводит к расширению новых инструментов маркетинга, отвечающих технологическому уровню. Новые банковские продукты предъявляют требования к усилению безопасности хранения и обработки цифровых данных, а также к формированию больших баз данных для последующей реализации маркетинговых сценариев.

Совершенно очевидно, что в таких условиях важнейшим направлением деятельности банков в активизации внутренних источников финансирования становится маркетинг. В этой связи, от поиска и разработки принципиально новых требований к маркетинговой политике коммерческих банков, принятия управленческих решений, организации работы с клиентурой, направленной на удовлетворение их потребностей в качественно новых банковских продуктах и услугах, и будет зависеть успех дальнейшего устойчивого развития экономики Кыргызской Республики.

Разработка механизмов интеграции банковской системы Кыргызской Республики как одной из составных элементов финансового рынка, должна учитывать, как возможности реализации потенциала коммерческих банков в обеспечении доступа на финансовые рынки всех стран ЕАЭС, так и снятию

ограничивающих барьеров по взаимному допуску на рынок капитала и финансовых услуг. Отсюда совершенно очевидно, что важное значение приобретают проблемы гармонизации законодательства государств-членов ЕАЭС в финансовой сфере, которое подразумевает сближение законодательства членов союза, чтобы установить сходное нормативное правовое регулирование в сферах банковского надзора и регулирования деятельности коммерческих банков. Для решения этих вопросов, необходимы теоретические и методологические подходы к исследованию новых приемов по формированию маркетинговой политики коммерческих банков в условиях ЕАЭС, потому что, страны ЕАЭС имеют разный уровень экономического развития, разный размер и структуру финансовых рынков и эти различия могут создать проблемы в достижении интегрированного и сбалансированного финансового рынка.

Все вышеизложенное определяет актуальность темы исследования, теоретическая и практическая значимость которой возрастает вследствие того, что особенности маркетинговой политики коммерческих банков Кыргызской Республики в условиях создания единого финансового рынка стран ЕАЭС в комплексе еще не изучены.

**4. Практическая значимость полученных результатов** определяется конкретным характером рекомендаций и возможностями их применени в ходе разработки и реализации мероприятий по расширению финансовых технологий, безналичных расчетов, маркетинговых инструментов, что подтверждается актами о внедрении.

#### **5. Соответствие автореферата содержанию диссертации**

Автореферат полностью соответствует содержанию диссертации, цели и задачам исследования.

#### **6. Замечания**

1. В диссертационной работе не на достаточном уровне раскрыта взаимозависимость между применением современных маркетинговых инструментов на трансграничном рынке банковских услуг (на примере ЕАЭС и качеством управления конкуренцией, особенно в части использования инструментов, позволяющих распространять информацию через различные цифровые каналы.

2. В некоторых местах формулировки слишком общие и могут быть конкретизированы. Например, вместо "банковская система активно участвует в интеграционных процессах" можно уточнить, какие именно аспекты интеграции оказывают влияние (например, стандартизация, унификация финансовых продуктов, сотрудничество с банками стран ЕАЭС). Тезисы о «высокой конкуренции» и «изменении потребностей клиентов» хорошо звучат, но их можно подкрепить статистикой или примерами;

3. В условиях возрастающей конкуренции, очень важным для коммерческих банков является умение заявлять о своем существовании, привлечь внимание к своей деятельности, к предлагаемым им на рынке услугам. В этой связи, в диссертационной работе практически мало информации о связи КБ с общественностью, где главным способом

построения связи с общественностью является спонсорство. Через спонсорство КБ стремятся повысить свой социальный имидж, утвердить свой общественный статус. В мировой практике КБ широко используются благотворительные мероприятия такие как гранты, стипендии и т.д.

4. В диссертационной работе изложены проблемы большинства коммерческих банков КР проигрывающие иностранным банкам как по финансовым возможностям, так и по качеству и ассортименту предлагаемых услуг. А как возможно данное отставание сократить КБ КР раскрыто не на достаточном уровне.

#### **7. Предложения:**

1. Проверьте текст на соответствие требованиям ГОСТ по оформлению научных работ, ссылки на источники в таблицах и рисунках привести в соответствие с приложением 2 Инструкции по оформлению диссертации.

2. В условиях сильнейшей конкуренции со стороны некредитных финансовых институтов, более четко обозначить несвойственные услуги коммерческих банков для их успешного развития?

3. Ваши рекомендации можно сделать более конкретными: какие цифровые инструменты, стратегии маркетинга или модели адаптации будут наиболее полезны для банков Кыргызской республики?

#### **8. Рекомендации:**

1. Уточнить новизну выносимых на защиту отдельных положений.

2. Для успешной конкуренции КБ необходимо расширять ассортимент услуг, превращаясь в супермаркет финансовых услуг, то есть, развитие КБ идет в сторону универсализации. В работе уделите внимание на тенденцию к укрупнению КБ, путем слияния ил поглощения одних банков другими.

3. Сгруппировать по соответствующим характеристикам стратегии банковского маркетинга.

#### **9. Заключение**

Тема диссертационного исследования является актуальной, а предложенные рекомендации могут эффективно применяться в процессе разработки и реализации маркетинговой политики коммерческих банков.

Диссертационная работа представляет собой завершенное и систематизированное научное исследование, выполненное в строгом соответствии с установленными требованиями. В исследовании обобщены и научно обоснованы теоретические и практические результаты, имеющие существенное значение для дальнейшего развития и укрепления банковского сектора страны.

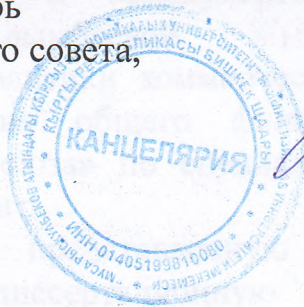
**10. Эксперт диссертационного совета, рассмотрев представленные документы** Алымбаевой Жылдыз Карабековны рекомендует диссертационному совету Д 08.24.697 при НИУ Кыргызский экономический университет им. М. Рыскулбекова и Международном Университете Кыргызстана принять диссертацию Алымбаевой Ж.К. на тему: «Особенности маркетинговой политики коммерческих банков Кыргызской Республики в условиях создания общего финансового рынка стран Евразийского экономического союза», представленной на соискание ученой степени

кандидата экономических наук по специальности 08.00.10 - финансы, денежное обращение и кредит к публичной защите.

Член экспертной комиссии,  
д.э.н., профессор

С.Дж. Чолбаева

Ученый секретарь  
диссертационного совета,  
к.э.н., доцент



Г.С. Байтерекова

*Handwritten initials or mark in blue ink.*