

**Научно - исследовательский университет
«Кыргызский экономический университет имени М. Рыскулбекова»**

Международный Университет Кыргызстана

Диссертационный совет Д 08.24.697

На правах рукописи
УДК 336.71. (575.2) (043.3)

Алымбаева Жылдыз Карабековна

**Особенности маркетинговой политики коммерческих банков Кыргызской
Республики в условиях создания общего финансового рынка стран
Евразийского экономического союза**

08.00.10 - финансы, денежное обращение и кредит

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Бишкек - 2024

Диссертационная работа выполнена на кафедре экономика и менеджмента Высшей школы профессионального образования Академии государственного управления при президенте Кыргызской Республики имени Ж. Абдрахманова.

Научный руководитель: **Турсунова Салтанат Аскарровна,**
доктор экономических наук, профессор Кыргызского
национального университета имени Жусупа
Баласагына, город Бишкек

**Официальные
оппоненты:** **Шербекowa Анарбубу Аманкуловна,**
доктор экономических наук, профессор, заведующая
кафедрой финансы, анализ и учет Кыргызского
государственного технического университета имени
И. Раззакова, город Бишкек

Джапарова Нургуль Сулаймановна,
кандидат экономических наук, доцент, заведующая
кафедрой туризма Академии туризма, город Бишкек

Ведущая организация: кафедра финансы, банковское дело и
налогообложение Бишкекского государственного
университета им. К. Карасаева, адрес: г. Бишкек, улица
Жукеева Пудовкина 34

Защита диссертации состоится 28 марта 2025 года, в 11.00 часов на заседании диссертационного совета Д 08.24.697 при Научно-исследовательском университете «Кыргызский экономический университет имени М. Рыскулбекова» и Международном Университете Кыргызстана, по адресу: 720023, г. Бишкек, ул. Тоголок Молдо 58.

Идентификационный код онлайн трансляции защиты диссертации
<https://vc.vak.kg/b/082-s27-wxr-tw8>

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеках Научно-исследовательского университета «Кыргызский экономический университет имени М. Рыскулбекова» (720033, г. Бишкек, ул. Тоголок Молдо, 58), Международного Университета Кыргызстана (720001, г. Бишкек, проспект Чуй 255) и на сайте Национальной аттестационной комиссии при Президенте Кыргызской Республики: https://stepen.vak.kg/diss_sovety/d-08-24-697/

Автореферат разослан 28 февраля 2025 года.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат экономических
наук, доцент

Байтерекова Г.С.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертации обусловлена тем, что современная теория и практика, в условиях интеграции и глобализации, все больше сталкивается с проблемами обеспечения устойчивого экономического роста не только в рамках отдельно взятой страны, но и в общемировом масштабе. Ранее действующие экономические подходы, снижающие степень участия государства в регулировании экономикой, подвергаются критике и показывают свою несостоятельность на практике. Эта проблема ярко проявилась и проявляется в условиях мирового финансового кризиса, когда во многих странах мира происходит столкновение с тяжело разрешимыми, сложными проблемами урегулирования воздействия финансово-кредитной системы на состояние национальных экономик. Одним из важнейших составных элементов национальной экономики является банковская система, призванная содействовать макроэкономическому развитию. Вместе с тем, следует отметить, что на начальной стадии рыночного хозяйствования у коммерческих банков не было необходимости в использовании в своей деятельности различных приемов маркетинговой политики, потому что, спрос на их услуги превышал предложение. А за последние годы, ситуация изменилась, конкуренция на рынке банковских услуг способствовала возникновению необходимости в улучшении качества обслуживания клиентов и банковских услуг как составной части финансовых услуг. Ведь основная доля финансовых услуг в экономике Кыргызской Республики, как и в любых других государствах, приходится на услуги коммерческих банков. 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.

Являясь членом стран ЕАЭС, Кабинет Министров Кыргызской Республики должен оказывать содействие в расширении участия в интеграционных процессах, банковской системы республики, как составного элемента финансового рынка. С 2018 года идет процесс создания единого финансового рынка ЕАЭС, подписаны соглашения о гармонизации законодательств в сфере финансового рынка. Поэтому обоснование стратегической и промежуточных целей маркетинговой политики коммерческих банков в усовершенствовании инновационных банковских продуктов и услуг, выявление эффективности использования опыта банковских систем стран ЕАЭС, требует глубокого теоретического обоснования и научного переосмысления.

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 финансовым услугам. 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.

При подготовке данного диссертационного исследования автором использован широкий перечень научных трудов как зарубежных, так и отечественных ученых. Среди практических разработок можно выделить труды С. А. Турсуновой (2023), Т. Ю. Джолдошевой (2012), С. Дж. Чолбаевой (2014, 2021), Б. Т. Токсобаева (2023), М. Б. Абакирова (2019), Бакас уулу Б.(2019), С. М. Абакирова, Б. Б. Осмоновой (2020), А. К. Аскаровой (2012), А. И. Абдиевой (2018) и других исследователей проблемы.

Общетеоретические аспекты формирования банковского маркетинга рассматривались в научных трудах зарубежных ученых И. Г. Альтшулера (2006), Ф. Котлера, К. Л. Келлера (2021), Е. Г. Шатковской (2012), Ю. Б. Бубновой (2019), Т. Л. Коротковой (2024).

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.

Связь темы диссертации с приоритетными научными направлениями, крупными научными программами основными научно-исследовательскими работами, проводимыми научными учреждениями. Тема диссертации связана с Национальной стратегией развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы; Стратегическими направлениями деятельности Национального банка Кыргызской Республики на 2022-2025 годы; Национальной программой развития Кыргызской Республики до 2026 года утверждённой указом президента Кыргызской Республики от 12 октября 2021 года № 435, основными направлениями развития банковской системы на 2022-2025годы, Государственной программой по увеличению доли безналичных платежей и расчетов в Кыргызской Республике.

Цель и задачи исследования. Цель состоит в разработке новых теоретико-методологических обоснований по неисследованным и/или исследованным, но требующим новых подходов направлениям маркетинговой политики коммерческих банков КР, которые бы адекватно отражали изменившиеся условия функционирования их на фоне создания 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.

Научная новизна работы состоит в обосновании научно-теоретических положений формирования банковской маркетинговой политики в условиях создаваемого интегрированного финансового рынка ЕАЭС.

В процессе исследования получены следующие новые научные результаты:

- исследованы и обобщены теоретические взгляды на экономическое содержание маркетинговой политики и ее механизмов в условиях создания общего финансового рынка стран ЕАЭС;
- дано авторское уточнение и дополнение понятийного аппарата «банковская маркетинговая политика» как инструмента углубления интеграции банковских систем на общем финансовом рынке ЕАЭС;
- на основе исследования и обобщения банковских маркетинговых концепций, условий общего финансового рынка, сопряженных с цифровой экономикой, разработана и предложена модель цифрового маркетинга в качестве перспективной, и обоснованы принципы организации маркетинговой деятельности в банке;

- обоснованы различия в методологических подходах к формированию банковской маркетинговой политики в условиях цифровых банковских экосистем;
- обоснованы предложения по совершенствованию системы управления маркетинговой деятельностью в условиях цифровой банковской экосистемы Кыргызской Республики;
- рекомендованы перспективные направления развития банковской маркетинговой политики в рамках ЕАЭС;
- рекомендованы предложения по внедрению современных форм продвижения банковских продуктов и услуг на основе цифровизации банковской системы в рамках интеграции стран ЕАЭС.

Практическая значимость полученных результатов определяется конкретным характером рекомендаций и возможностями их применения в ходе разработки и реализации коммерческими банками мероприятий по расширению финансовых технологий, безналичных расчетов, маркетинговых инструментов, что подтверждается актом о внедрении полученных результатов в практической деятельности ЗАО «Банк Азии».

Экономическая значимость полученных результатов. Разработанные в диссертации методические подходы к формированию банковской маркетинговой политики, механизмы ее реализации позволяют повысить эффективность управленческих решений, развить современные каналы для продвижения банковских продуктов в условиях общего финансового рынка, что положительно повлияет на финансовое состояние коммерческих банков.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

- на основе исследования обоснована, обобщена и определена современная теория маркетинговой политики коммерческих банков, основанная на новых подходах использования ее механизмов по созданию общего финансового рынка стран ЕАЭС;
- обосновано и сформулировано авторское понимание понятия «банковский маркетинг»;
- определены основные элементы маркетинговой политики, влияющие на создание и применение модели цифрового маркетинга, адаптированной к условиям общего финансового рынка ЕАЭС;
- результаты комплексного анализа современного состояния банковской системы Кыргызской Республики по скорректированной системе показателей, которая позволяет дать более полную оценку евразийской интеграции для нашей республики;
- выявлены закономерности и особенности маркетинговой политики коммерческих банков в условиях цифровизации экономики Кыргызской Республики: низкий уровень осведомленности о новых технологиях банковских продуктов и услуг среди общего населения. Исследование подтвердило потребность в изменении существующих инструментов маркетинговой политики коммерческих банков для повышения эффективности их деятельности;

– предложена модель программного обеспечения «CRM» для повышения конкурентоспособности и расширения клиентской базы коммерческих банков в контексте эффективности маркетинговой политики в условиях создания общего финансового рынка ЕАЭС.

Личный вклад соискателя. В результате проведенного исследования автором обобщены и систематизированы теоретические и методологические подходы к определению банковской маркетинговой политики. При этом автором обоснована необходимость цифровой трансформации банковского маркетинга в условиях общего финансового рынка ЕАЭС на основе совершенствования основных направлений развития банковской маркетинговой политики.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации были представлены, обсуждены и одобрены на международных, республиканских и региональных научных конференциях, симпозиумах, форумах и семинарах.

Полнота отражения результатов диссертации в публикациях. По основным положениям диссертационной работы опубликовано 15 научных работ общим объемом 5,2 печатных листов, в том числе 1-статья в Scopus, 6 – в журналах РИНЦ РФ, 8 – в журналах РИНЦ КР, общий балл 298.

Структура и объем диссертации. Диссертационная работа состоит из введения, трех глав, выводов и предложений, списка использованных источников и двух приложений. Объем работы составляет 163 страниц, в том числе 15 таблиц и 26 рисунков.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, сформулированы цели и задачи исследования, научная новизна, основные положения, выносимые на защиту, излагается теоретическая, практическая и экономическая значимость работы, степень апробации результатов и методологические основы исследования.

В первой главе «**Теоретические основы исследования банковского маркетинга в условиях интеграционного финансового рынка ЕАЭС**» исследованы вопросы содержательной характеристики понятия маркетинговой политики, инструменты и механизмы ее реализации коммерческими банками Кыргызской Республики. Обобщены теоретические основы банковских маркетинговых концепций, условий общего финансового рынка.

Как отмечают ученые, современная рыночная экономика должна регулироваться государством. Ей характерны действия и тенденции, приводящие к дисбалансу не только микро и макроэкономических показателей, но и к финансовым кризисным явлениям. В данных условиях реальным субъектом, способным выработать механизмы адаптированного развития республик является государство. Следовательно, от эффективности, проводимой государственной маркетинговой политики, основанной на принципах, обеспечивающих конкурентоспособность коммерческих банков в сфере финансовых рынков, продвижения новых технологий банковских продуктов и

услуг, наращивания потенциала финансовой инфраструктуры и внедрения систем для облегчения трансграничной финансовой деятельности в рамках ЕАЭС зависит жизнеспособность всей национальной экономики и всей глобальной системы хозяйствования. Маркетинговая политика коммерческих банков является одним из наиболее сложных и дискуссионных вопросов в современной экономической науке. Различные экономические направления по-разному смотрят на масштабы, цели, методы, инструменты и механизмы маркетинговой политики. На современном этапе банковский маркетинг рассматривается, как комплексная система производства и сбыта банковских продуктов, ориентированная на удовлетворение потребностей клиентов коммерческих банков и получение прибыли.

Анализ отечественной и зарубежной научной литературы показывает, что нет единого мнения, с теоретической точки зрения, на обоснование понятия «маркетинговая политика». Это подтверждается тем, что в литературе по проблемам формирования маркетинговой политики коммерческого банка используется множество родственных понятий. Понятие «маркетинг» распространяется на новый продукт или услугу как способ их распространения или рекламы. С внедрением цифровых банковских услуг, маркетинг способствует трансформации традиционных операций в сторону расширения оперативных решений.

В работе, на основе глубокого исследования и анализа различных классических подходов к банковскому маркетингу, обозначены особенности и характерные признаки, основанные на многообразии методологических подходов.

Согласно Ф. Котлеру концепция маркетинга рассматривается как «система основных взглядов, положений и инструментария деятельности маркетинга, которые используются для достижения целей компании – получение прибыли и удовлетворение потребностей конечного потребителя [Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер; пер. с англ. — М.: Издательский дом "Вильямс", 2007. — 656 с.].

В то же время, по мнению Е.Г. Шатковской: «Банковский маркетинг является составной частью менеджмента банка и связан в первую очередь со стратегией развития банка, то есть, представляет собой поиск наиболее выгодных (существующих и будущих) рынков банковских продуктов с учетом реальных потребностей клиентуры и предполагает четкую постановку целей банка, формирование путей и способов их достижения и разработку конкретных мероприятий для реализации маркетинговых планов [Шатковская, Е. Г. Эволюция концепций банковского маркетинга [Текст] / Е. Г. Шатковская. – М., 2012. – С. 66 - 72.]

Среди отечественных исследований следует отметить работу А. К. Аскаровой, которая отмечает, что «проблемы развития маркетинга связаны с проблемами развития самого рынка в Кыргызской Республике. В странах с рыночной экономикой развитие рынка и маркетинга, в частности, происходило поступательно и последовательно. С признанием маркетинга как отдельного научного направления, концепция маркетинга менялась в соответствии развития рынка и, сформировались разные уровни использования маркетинга, такие как:

экспортный, международный и глобальный маркетинги [Аскарлова, А. К. Состояние и перспективы развития банковского маркетинга в Кыргызской Республике [Текст]: дис. ... д-ра экон. наук: 08.00.10 / А. К. Аскарлова. – Бишкек, 2012. – 240 с.]

Обобщая исследования различных ученых, автором предложена формулировка следующего содержания: «Банковский маркетинг представляет собой совокупность методов, позволяющий анализировать рынок банковских услуг, выявлять запросы потребителя, разрабатывать и внедрять новые виды услуг, проводить сравнительный анализ стоимости банковских услуг и, таким образом, обеспечивать эффективное функционирование коммерческих банков».

В диссертационном исследовании автором акцент сделан на анализе интеграционных процессов, влияющих на банковский сектор. В условиях единого финансового рынка ЕАЭС важное значение приобретают цифровые технологии, такие как онлайн-платформы и мобильные приложения, которые повышают доступность и удобство банковских услуг.

Во второй главе «Современные тенденции развития банковского маркетинга в цифровой банковской системе Кыргызской Республики» дан анализ современного состояния банковской системы Кыргызской Республики, проведены анализ развития цифровых экосистем банков КР и оценка состояния банковского маркетинга в цифровой банковской экосистеме за 2019-2023годы.

Объектом исследования является деятельность современной банковской системы Кыргызской Республики.

Предметом исследования является банковская маркетинговая политика в условиях интеграционного финансового рынка ЕАЭС.

Методы исследования. В диссертационной работе были использованы такие общенаучные методы исследования как, систематизация, обобщение, статистический, сравнительный, количественный, математико-экономический анализы, которые позволили обобщить, систематизировать, и выявить отдельные элементы исследования, сопоставить их между собой и сформировать на этой основе необходимые выводы.

За последние десятилетия банковский сектор КР претерпел значительные изменения, это связано как с внутренними факторами, как реформа финансового законодательства и развитие инфраструктуры, так и с внешними, включая мировые финансовые тенденции и влияние пандемии COVID-19. Начавшиеся с конца 2020 года экономические реформы в Кыргызской Республике, оказали непосредственное влияние на активизацию банковской системы в части обеспечения онлайн отчетности, расширению активных операций по результатам внедрения цифровых решений в рамках созданных регулятивных песочниц. В настоящее время в Кыргызской Республике функционируют 21 коммерческих банков и 305 их филиалов. За 2023 год банковский сектор показал позитивные результаты в некоторых сферах. Например, банки смогли заработать чистую прибыль в размере 1 млрд 726 млн сомов, что является хорошим результатом. Однако объем выданных кредитов уменьшился на 1,4%, а количество просроченных кредитов увеличилось.

Таблица 2.1 - Прибыль коммерческих банков КР за 2019-2023 гг., млн. сом

Всего процентные доходы					
Всего процентные расходы					
Чистый процентный доход					
РППУ по кредитам					
Чистый процентный доход после отчислений в РППУ					
Всего непроцентные доходы					
Всего непроцентные расходы					
Всего другие операционные и админ расходы					
Чистый операционный доход (убыток)					
РППУ (не от кредитных операций)					
Чистый доход (убыток) до налогообложения					
Налог на прибыль					
Чистая прибыль (убыток)					

Источник: рассчитано автором по данным НБКР [Электронный ресурс]/ Годовой отчет НБКР - Режим доступа:

Как видно из таблицы 2.1 показатель чистой прибыли в январе стал рекордным для банковского сектора за последние пять лет, в январе этого года к аналогичному месяцу 2022 - го рост составил 4,67 %. Динамика показателей позволяет оценить качество кредитного портфеля банков, а также уровень устойчивости финансовой системы страны в условиях изменения экономической с



Рисунок 2.1. Классификация кредитного портфеля (в %) за 2019-2023 гг.

Источник: составлено автором по данным НБКР [Электронный ресурс]/ Годовой отчет НБКР 2023 г - Режим доступа: <https://www.nbkkr.kg> - Загл с экрана

С 2019 года наблюдается определенная колебания доли неклассифицированных кредитов, которая варьируется от 92,4% до 95,1%, что свидетельствует об относительной стабильности банковской системы. Начиная с 2020 года, доля неклассифицированных кредитов снижается, это вероятно,

связано с последствиями пандемии COVID-19. В 2022 году доля неклассифицированных кредитов составила 87,2%, а в 2023 году – 90,8%.

Таким образом, динамика долей неклассифицированных и классифицированных кредитов свидетельствует о способности банковской системы адаптироваться к изменяющимся экономическим условиям. Тремя наиболее прибыльными банками стали «Коммерческий банк «Кыргызстан», «Бакай Банк» и «Оптима Банк», на долю которых приходилось более половины общей прибыли между тем, в отчетном году ранее «Коммерческий банк «Кыргызстан» зафиксировал убыток в 7,5 млн сомов, а «Бакай Банк» — в 28,3 млн сомов. Тем не менее, оба банка смогли войти в топ-8 кредитных организаций, завершивших январь 2023 года с отрицательным показателем (рисунок 2.2).

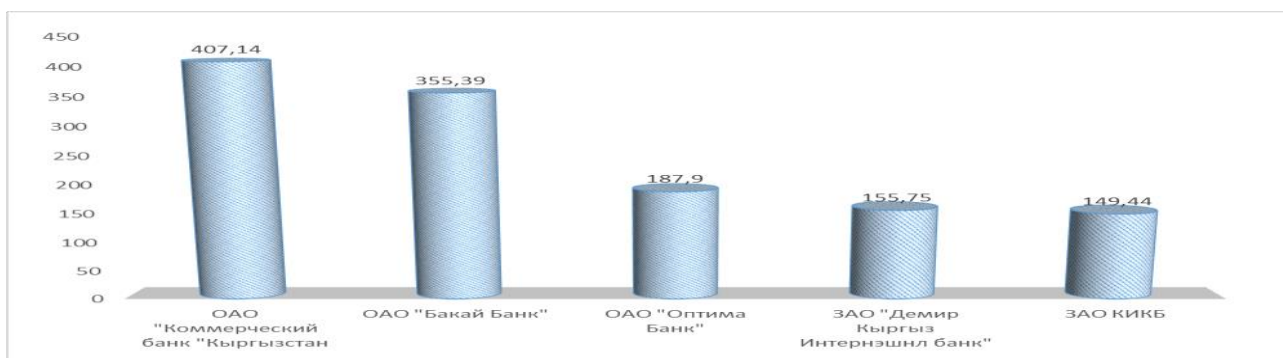


Рисунок 2.2. Рейтинг коммерческих банков Кыргызстана по объему чистой прибыли (данные на январь 2023 года)

Источник: рассчитано автором по данным НБКР [Электронный ресурс]/ Годовой отчет НБКР - Режим доступа:

В работе отмечается, что в части сравнительного анализа тенденций развития банковских систем стран ЕАЭС, выявлено, что, несмотря на общее стремление к цифровизации и внедрению инновационных финансовых технологий, каждая страна имеет свои уникальные особенности. Например, в России наблюдается активное развитие финтех-компаний и интеграция с традиционными банками, в Казахстане акцент делается на улучшение финансовой доступности и поддержку малого и среднего бизнеса, а в Кыргызской Республике наблюдается тенденция, связанная с финансовой грамотностью населения и недостаточной капитализацией банков.

Ключевым фактором создания интегрированного финансового рынка ЕАЭС является формирование условий для сотрудничества банковских систем, унификации платежных систем стран-участниц. Для этого необходимо решение определенного комплекса задач: - гармонизация требований в области регулирования и надзора в ЕАЭС; - признание на территории всего объединения лицензий в банковской и страховой областях деятельности и на рынке ценных бумаг; - введение возможности осуществления деятельности по предоставлению финансовых услуг без создания дополнительного юридического лица на всей территории ЕАЭС.

В представленной ниже таблице 2.2 приведены данные, отражающие важнейшие институциональные характеристики национальных банковских

систем, которые позволяют подробно проанализировать их структуру, функциональность и динамику развития:

Таблица 2.2 - Институциональные показатели национальных банковских систем стран ЕАЭС

Показатель	Армения	Беларусь	Казахстан	Кыргызская Республика	Россия
Общее количество банков, ед.					
Количество банков под контролем других стран ЕАЭС, ед.					
Доля банков под контролем других стран ЕАЭС в общем количестве банков, в процентах					
Представительства банков в других странах ЕАЭС, ед.					
Филиалы банков, ед.					
Обеспеченность населения подразделениями банков, ед.					
Концентрация активов, млрд. долл. США					
Концентрация собственного капитала, млрд. долл. США					
Индекс по блоку (I62)					

Источник: составлено автором по данным статистических комитетов стран ЕАЭС [Электронный ресурс]/ – Режим

Д
о
с
т
а

С точки зрения анализа структурных и функциональных особенностей создания цифровых экосистем в банках стран ЕАЭС, рассмотрены данные ПАО «Сбербанк», АО «Тинькофф Банк», Kaspi Bank и MBank (рисунок 2.3).

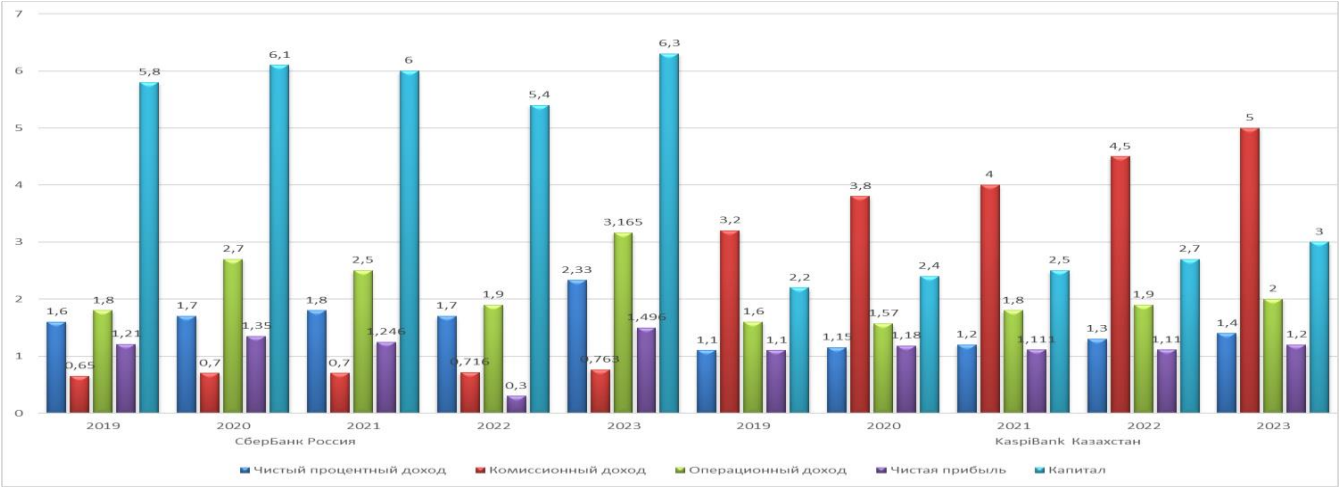


Рисунок 2.3. Динамика основных финансовых показателей Сбербанка России и KaspiBank Казахстана за 2019-2023 гг., в млрд долларах США

Источник: составлено автором по данным центрального банка РФ [Электронный ресурс]/ Режим доступа:

./

В результате анализа показателей Сбербанка России, установлено, что чистый процентный доход и операционный доход за указанные года стабильно росли, что свидетельствует об увеличении кредитной активности и улучшении управления активами. Чистая прибыль значительно выросла в 2023 году, что

g
o
v
.
k
g

подчеркивает об успешном восстановлении и оптимизации их деятельности, укреплении его финансовой базы и надежности.

Анализ использования новых цифровых экосистем KaspiBankом Казахстана, также подтверждает о разумности проведенной им маркетинговой политики, что оказало влияние на рост операционного дохода и капитала банка, способствующего устойчивое развитие на долгие годы.

Банковская система Кыргызской Республики характеризуется начальным этапом формирования собственных экосистем. Вместе с тем, на горизонте обозначились лидеры цифровой трансформации: ОАО «Коммерческий банк Кыргызстан» с брендом МБанк (далее – МБанк), ОАО «Халык банк Кыргызстан» с брендом О!Банк (далее – О!Банк), ОАО «Бакай Банк», ОАО Банк «Бай-Тушум».

По нашему мнению, важнейшей предпосылкой лидерства в цифровой трансформации МБанка является его агрессивная маркетинговая политика, основанная на ценовом демпинге на рынке банковских услуг и расширении сети торгово-сервисных предприятий, особенно субъектов МСБ. Основной доход банка формируется за счет обменных операций и работы с ценными бумагами, а расходы цифровой платформы компенсируются этими источниками. По состоянию на 2023 год операционные доходы банка составили 7,2 млрд сомов, из которых 6,8 млрд сомов приходятся на операции с иностранной валютой. Анализ финансовых показателей МБАНКА за 2019-2023 годы, показал существенный рост и трансформацию банка в КР (рисунок 2.4)



Рисунок 2.4. Динамика основных показателей МБанк за 2019-2023гг., в млн долларах

Источник: Источник: рассчитано автором по данным НБКР [Электронный ресурс]/ Годовой отчет НБКР - Режим доступа: <https://www.nbkr.kg> - Загл с экрана.

В результате исследования выявлено, что такие инструменты банковской системы, как POS-терминалы, пластиковые карты, международные платежные системы и QR-коды способствуют значительному увеличению денежного и товарного оборота, увеличивая долю безналичных расчетов и платежей. В контексте ЕАЭС данные процессы демонстрируют важность адаптации

маркетинговых стратегий банков к цифровизации и международной интеграции, а также использования передовых технологий для повышения конкурентоспособности. На наш взгляд, расширение электронной коммерции в странах ближнего и дальнего зарубежья стимулировали товарный обмен, увеличили количество банковских платежных карт международного уровня, данные таблицы 2.3.

Таблица 2.3 - Выпуск международных и национальных платежных карт коммерческими банками КР за 2019-2023 гг. (количество в шт)

Элкарт					
Всего					

Источник: Источник: рассчитано автором по данным НБКР [Электронный ресурс]/ Годовой отчет НБКР - Режим доступа: <https://www.nbkr.kg> - Загл с экрана.

В рамках межсистемной интеграции на конец по состоянию 2023 года банками и операторами платежных систем/платежными организациями установлено 48,5 тыс QRкодов в торгово-сервисных предприятиях, в том числе в регионах Кыргызской Республики. В течение этого периода через систему оператора взаимодействия проведен 3 933 361 платёж на сумму 3,9 млрд сомов, по сравнению с аналогичным периодом 2022 года показатели увеличились в 92,4 и 42,7 раза соответственно (рисунок 2.5).

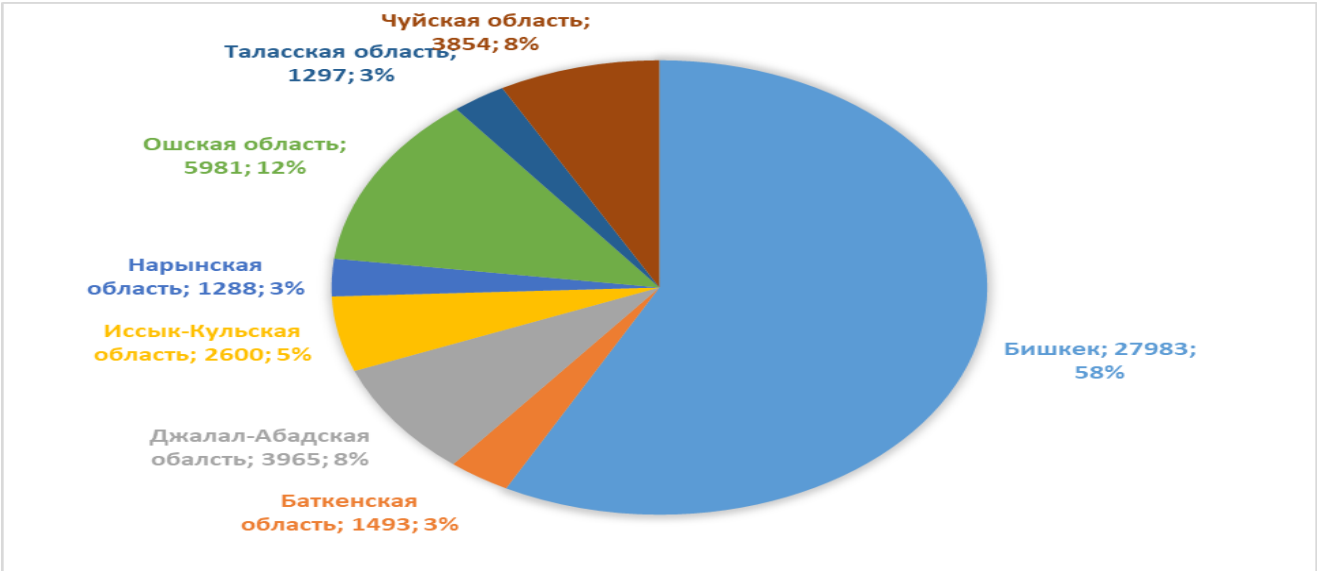


Рисунок 2.5. Региональное развитие QR-кодов (2024 год)

Источник: Источник: рассчитано автором по данным НБКР [Электронный ресурс]/ Годовой отчет НБКР - Режим доступа: <https://www.nbkr.kg> - Загл с экрана.

С точки зрения финансового состояния коммерческих банков, значение цифровизации платежей достаточно велико. Дело в том, что цифровизация значительно ускорила развитие финансовых технологий, способствующих удобным и безопасным способам совершения транзакций для потребителей и бизнеса. Платежные карты и мобильные приложения стали важным элементом

экосистемы, обеспечивая широкие возможности для взаимодействия с различными сервисами. В 2023 году почти 70% банковских операций в КР выполнялись через мобильные и онлайн-платформы, данные таблицы 2.4.

Таблица 2.4 - Сравнительный анализ ключевых показателей мобильных платежей и цифровых технологий в банковской сфере стран ЕАЭС (2023 г.)

Показатель	Кыргызская Республика	Россия	Казахстан	Беларусь
Число пользователей мобильных приложений	2,5 млн	70 млн	10 млн	7 млн
Процент транзакций через мобильные приложения	55 %	70%	65%	60 %
Объем электронных платежей (млрд долларов США)	1,151 млрд	324,3	37 47	3,99
Количество банковских приложений	15	100	20	15

Источник: составлено автором по данным статистических комитетов стран ЕАЭС [Электронный ресурс]/ – Режим

Таким образом, все вышеизложенное требует системного анализа структурно-функционального взаимовлияния совокупности экономических отношений и совокупности факторов банковских систем в создании единого финансового рынка стран ЕАЭС.

Третья глава «Основные направления развития банковской маркетинговой политики в рамках ЕАЭС» посвящена рассмотрению отдельных методологических и практических аспектов анализа развития банковской маркетинговой политики, направленной на формирование банковских экосистем, на предоставление клиентам более широкого спектра услуг, внедрение различных платформ и повышение конкурентоспособности.

В рамках исследования проведено анкетирование потребителей банковских услуг КР, результаты которого наглядно демонстрируют потребности и предпочтения клиентов, являющиеся ориентиром для совершенствования маркетинговой политики КБ. Выборка является случайной, главным инструментом реализации опроса являлась анкета, где зафиксированы такие свойства респондентов, как возрастной состав и пол, тип вопросов раскрытый.

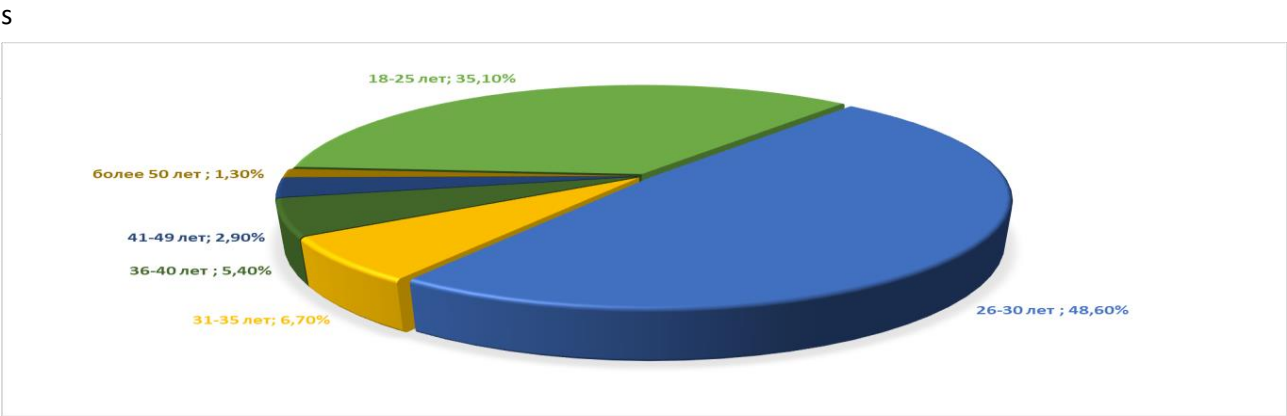


Рисунок 3.1. Возрастной состав респондентов в %

Источник: составлено автором на основе данных анкетирования

g
"

Н
У
Р
г

Количество опрашиваемых – 150 человек потенциальных клиентов различной квалификации и компетенции. Среди опрошенных преобладают молодые люди в возрасте от 25 до 30 лет -48,60%; 18-25 лет - 35,10 %; 36-40 лет- 5,40 % (рисунок 3.1).

Автором составлена таблица 3.1, где отражены данные потенциальных клиентов по выбранным ими банкам. Большинство респондентов предпочитает обслуживаться в Мбанк (КБ «Кыргызстан»), потому что, такие критерии оценки как безупречность и надежность очень высокие.

Таблица 3.1 – Распределение потенциальных клиентов по выбранным ими банкам (%)

№ п/п	Банк / Возраст	18/25	26/30	31/35	36/40	41/49	Более 50
1	Мбанк	50	58,2	60	80	30	16
2	Бакай банк	5,5	18,5	-	12	3	2
3	Оптима Банк	8,1	-	-	-	10	10
4	KICB	2,7	-	18	2	5	-
5	Демир Банк	3,7	7,8	-	-	6	-
6	Айыл Банк	2,7	3,5	-	-	25	15
7	РСК Банк	1,2	11,2	22	6	19	57
8	Не обслуживаются в банке	26,1	0,8	-	-	2	-
	Всего	100	100	100	100	100	100

Источник: составлено автором на основе данных анкетирования

Каждая возрастная категория определяет свои критерии оценки надежности банка (рисунок 3.2)

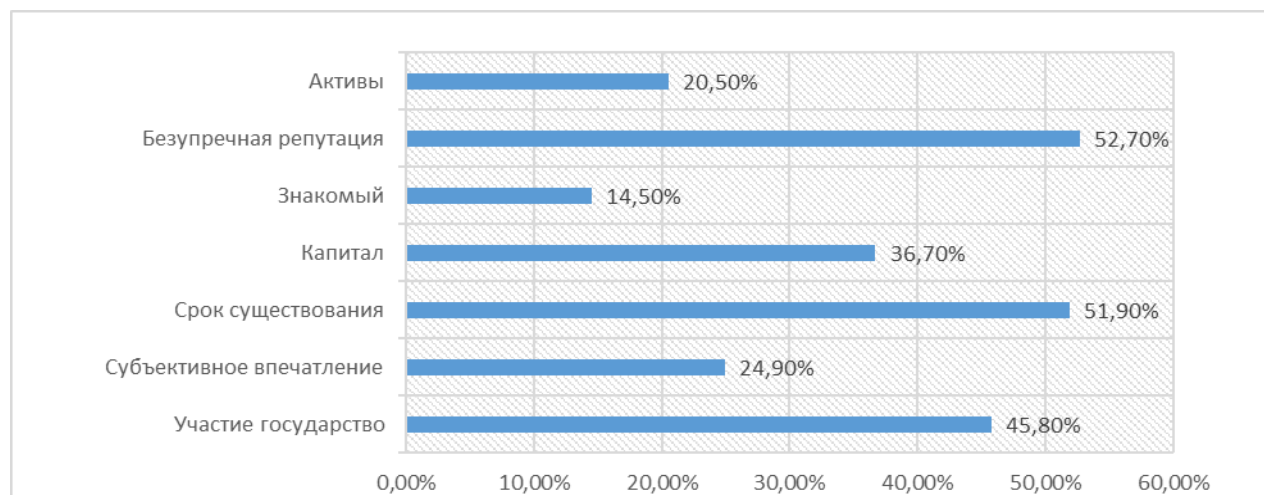


Рисунок 3.2. Критерии надежности банка (по мнению клиентов)

Источник: составлено автором на основе данных анкетирования

Потребители банковских услуг, оценивая надежность банка, обращают внимание на его безупречную репутацию, срок существования и участие государства в правах собственности на банк. Согласно опросу 65% респондентов указали на востребованность услуги кредитования; 10 % пользуются банковскими картами, а 15 % респондентов – услугой по переводу денежных средств, 52% респондентов пользуются только банковскими услугами для получения заработной платы и пенсии. Операции с ценными бумагами и

драгоценными металлами практически не востребованы среди населения КР (рисунок 3.3).

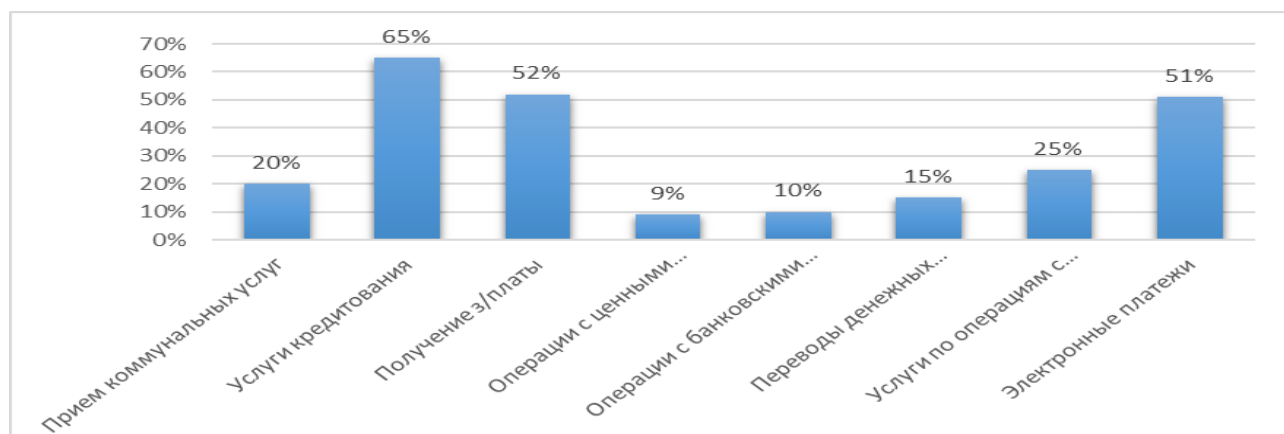


Рисунок 3.3. Показатели спроса на банковские услуги среди населения

Источник: составлено автором по данным анкетирования

Рейтинг коммерческих банков понятие сложное и многогранное, поэтому он не ограничивается лишь мониторингом их состояния и корректировкой. Также следует отметить, что в настоящее время по некоторым показателям деятельности коммерческие банки не являются конкурентоспособными. Таким образом, по мнению автора диссертационного исследования необходимо разработать механизм повышения маркетинговой политики, который будет учитывать все аспекты эффективной деятельности банков. Лидерами в результате опроса, оказались Мбанк, «Оптимал банк» и КИСВ (рисунок 3.4).

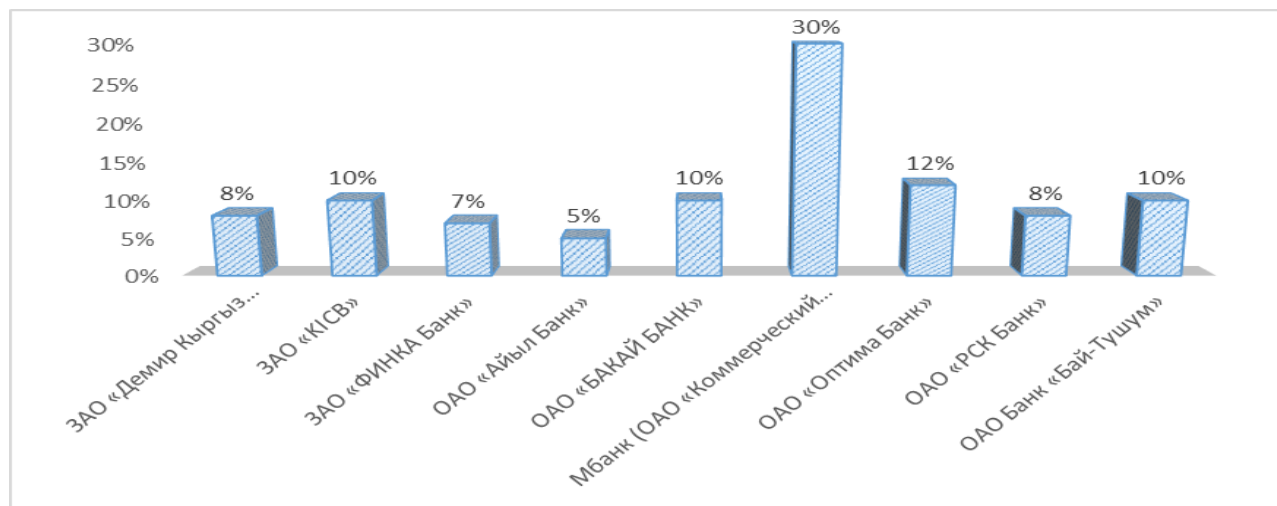


Рисунок 3.4. Рейтинг коммерческих банков (по мнению потенциальных клиентов)

Источник: составлено автором на основе данных анкетирования

Не менее важным показателем маркетинга является степень удовлетворенности клиентов качеством обслуживания (рисунок 3.5)

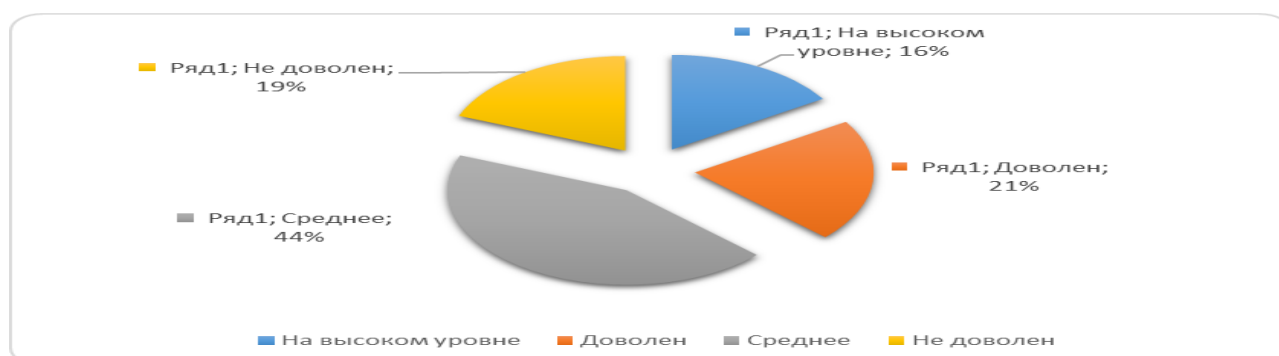


Рисунок 3.5. Степень удовлетворенности опрошенных оказанными банковскими услугами

Источник: составлено автором на основе данных анкетирования

Опрос по поводу качества обслуживания показал, что почти 50% респондентов оценили его как среднее, 19% недовольны обслуживанием. Высокую степень удовлетворенности отметили лишь 16% опрошенных респондентов. Анализ анкетирования потребителей банковских продуктов и услуг, позволяет сделать вывод, что разработка новых инструментов и механизмов маркетинговой политики коммерческих банков являются важнейшими долгосрочными факторами устойчивости банков в условиях создания единого финансового рынка стран ЕАЭС, а значит и экономического роста.

Поскольку структура долговой части кредитного портфеля считается одним из проблемных факторов, процессы, происходящие в коммерческом банке во взаимоотношениях с клиентами, наиболее адекватно отображаются посредством моделей, учитывающих эти процессы. Это можно достичь путем включения в процесс взаимоотношений банка с клиентами предлагаемой нами бизнес-модели CRM, где банк выступает не только как финансовый посредник, но и как полноценная технологическая платформа, обеспечивающая более широкий спектр услуг и конкурентоспособность на рынке.

К началу 2024 года кредитный долг населения и предприятий КР значительно превысил объем денежной массы, достигнув 96,3 млрд сомов при денежной базе в 60,4 млрд сомов дополнительно, долги перед небанковскими финансовыми учреждениями составили еще 9 млрд сомов (рисунок 3.6).



Рисунок 3.6. Динамика кредитной задолженности

Источник: данные КИБ «Ишеним»

В завершении зададимся вопросом, в чем принципиальная важность изучения проблем маркетинговой политики коммерческих банков как важнейшего фактора их развития, экономического роста. Межстрановое исследование особенностей маркетинговой политики коммерческих банков и финансовых рынков стран ЕАЭС показало, что экономический рост и взаимоотношения банка с клиентами по вопросам обеспечения необходимыми банковскими продуктами и услугами находятся в тесной взаимосвязи. В странах, где наблюдается экономический рост на протяжении длительного времени, значительно усовершенствованы подходы к банковскому маркетингу.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что коммерческие банки должны придавать большое значение маркетинговой стратегии, планированию и контролю, где важное место отводится: качественному предоставлению банковских услуг; разработке новых инновационных банковских продуктов, обеспечивающие их конкурентоспособность на финансовом рынке; вложению кредитных ресурсов на развитие производственного сектора экономики КР; внедрению цифровых банковских экосистем; гармонизации законодательств в сфере финансовых рынков стран ЕАЭС; ускорению интеграции правовых и логистических процедур по вопросам создания единого финансового рынка стран ЕАЭС.

ВЫВОДЫ

На основании проведенного исследования и полученных научных результатов были сформулированы следующие выводы:

1. Изучение теоретико-методологических аспектов и особенностей маркетинговой политики коммерческих банков в условиях создания единого финансового рынка стран является ключевым фактором для углубления евразийской интеграции, способствующей повышению доступности финансовых услуг, стимулированию инноваций и развитию цифровой экономики стран ЕАЭС
2. Авторское уточнение и дополнение понятия «банковского маркетинга» позволяет систематизировать и усовершенствовать взаимоотношения КБ с клиентами по предоставлению новых инновационных банковских продуктов и услуг для углубления интеграции банковских систем стран ЕАЭС на общем финансовом рынке ЕАЭС
3. Разработана и предложена перспективная модель цифрового маркетинга, учитывающая современные тенденции в области цифровой экономики и интеграционные особенности общего финансового рынка ЕАЭС
4. Обоснованы методологические подходы к формированию банковской маркетинговой политики, адаптированные к условиям функционирования инновационных банковских экосистем в Кыргызской Республике
5. В рамках предложенной модели сформулированы принципы организации маркетинговой деятельности в банке, включая ориентир на трансформацию непроцентных операций в активным процентным операциям коммерческих

банков посредством объединения цифровых информационных решений, обеспечивающих гибкость маркетинговых стратегий, широкий охват клиентской базы, взаимную интегрированность, экономию транзакционных расходов

6. Исследование дало основание полагать, что решение имеющихся проблем применения новых инновационных банковских продуктов и услуг в условиях создания единого финансового рынка ограничивается лишь внедрением цифровых инструментов маркетинговой политики, что не дает расширения структурных и функциональных особенностей создания цифровых экосистем в банках стран ЕАЭС

7. В условиях интеграционного финансового рынка ЕАЭС банковская маркетинговая политика в Кыргызской Республике должна учитывать растущую конкуренцию, унификацию стандартов и процедур, а также влияние внешнеэкономических факторов Перспективы формирования эффективной банковской маркетинговой политики в КР связаны с усилением интеграции с финансовыми рынками стран ЕАЭС, улучшением качества и доступности банковских услуг для населения и бизнеса, а также повышением доверия к банковским учреждениям

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Полученные в ходе исследования результаты дают основание для продвижения следующих практических рекомендаций:

1. Разработана и предложена к внедрению клиентоориентированная CRM модель маркетинговой стратегии. Инструментом данной модели является управление взаимоотношениями с клиентами, нацеленное на получение устойчивой прибыли в долгосрочном периоде и базирующееся на трех критериях: ключевая компетенция, целевые клиенты и равенство позиций;
2. Научно обоснованы и предложены к применению методологические подходы к формированию банковской маркетинговой политики в условиях цифровых банковских экосистем;
3. Обоснованы и рекомендованы к применению современные формы продвижения банковских продуктов и услуг на основе цифровизации банковской системы и внедрения платежной системы в рамках интеграции стран ЕАЭС.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Алымбаева, Ж. К. Состояние и тенденции развития отечественного рынка страховых услуг в рамках ЕАЭС [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Вестник НИУ КЭУ. – 2021. – № 1(50). – С. 115 - 120. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46139407>
2. Алымбаева, Ж. К. Инновационные технологии в деятельности банков Кыргызской Республики [Текст] / А. Г. Абдукадырова, Т. К. Сансызбаева, Ж. К. Алымбаева // Alatoo Academic Studies. – 2022. – № 4. – С. 276 - 281. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50277638>

3. Алымбаева, Ж. К. Особенности национальной системы противодействия отмыванию денег в Кыргызской Республике [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Вестник НИУ КЭУ. – 2022. – № 1(54). – С. 29 - 35. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49285542>
4. Алымбаева, Ж. К. Теоретические аспекты управления кредитными рисками [Текст] / Г. Т. Абдукадырова, Ж. К. Алымбаева // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – 2022. – Т 22, № 3. – С. 3 - 9. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=48455082>
5. Алымбаева, Ж. К. Esg-Банкинг как инновационный ориентир устойчивого развития Кыргызской Республики [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления. – Улан-Удэ, 2022. – С. 18 - 22. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49518085>
6. Алымбаева, Ж. К. Особенность маркетинговой политики коммерческих банков в условиях создания общего финансового рынка Евразийского экономического союза [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана. – 2023. – № 7. – С. 115 - 119. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=63359685>
7. Алымбаева, Ж. К. Развитие маркетинговой политики коммерческих банков в странах ЕАЭС [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Alatoo Academic Studies. – 2023. – № 4. – С. 357 - 365. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=59632520>
8. Алымбаева, Ж. К. Comprehensive dynamics of banking: a systemic approach incorporating lending, investment, and capital variables [Текст] / G . Abdukadyrova, A. Tabyshova, M. Nazekova, Ch. Toktosunova // JOURNAL OF SYSTEMS SCIENCE AND INFORMATION. – 2024. – Vol 12, № 3. – P. 323-339. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=68880345>
9. Алымбаева, Ж. К. Криптовалюта как средство платежа: опыт обращения в Кыргызской Республике [Текст] / Г. Т. Абдукадырова, Д. К. Алибаева, Ж. К. Алымбаева // Экономика и бизнес: теория и практика. – Новосибирск, 2024. – № 9-2(115). – С. 22 - 26. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=73163743>
10. Алымбаева, Ж. К. Маркетинговая политика как эффективный способ управления репутационными рисками коммерческих банков [Текст] / Г. Т. Абдукадырова, Ж. К. Алымбаева // Актуальные вопросы современной экономики. – Махачкала, 2024. – № 3. – С. 110 - 119. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=67207964>
11. Алымбаева, Ж. К. Стандарты качества управления взаимоотношениями с потребителями банковских услуг для решения задач местного самоуправления [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Актуальные вопросы современной экономики. – Махачкала, 2024. – № 2. – С. 271 - 279. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=64900878>
12. Алымбаева, Ж. К. Корпоративное финансирование и перспективы его развития в современном коммерческом банке [Текст] / Ж. К. Алымбаева // Актуальные вопросы современной экономики. – Махачкала, 2024. – № 2. – С. 263 - 270. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=64900877>
13. Алымбаева, Ж. К. Анализ применения инструментов маркетинга на современном этапе развития рынка банковских услуг: зарубежный опыт и

отечественная практика [Текст]/ Ж. К. Алымбаева // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. – 2024. – Т 24, № 3. – С. 9 - 15. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=65669619>

14. Алымбаева, Ж. К. Анализ состояния финансового рынка стран ЕАЭС [Текст] // Вестник Кыргызско-Российского славянского университета. – 2024. – Т 24, № 3. – С. 4 - 8. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=65669618>

15. Алымбаева, Ж. К. Цифровизация как тенденция современного развития экономики Кыргызстана и повышения финансовой грамотности населения страны [Текст] / А. К. Табышова, Г. А. Сансызбаева, Ж. К. Алымбаева // Сибирская финансовая школа. – Новосибирск, 2024. – № 2(154). – С. 92 - 97. <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=68635096>

**Алымбаева Жылдыз Карабековнанын 08.00.10 - каржы, акча жүгүртүү жана насыя адистиги боюнча экономика илимдеринин кандидаты илимий даражасын изденип алуу үчүн сунушталган
“Евразия экономикалык биримдигинин өлкөлөрүнүн жалпы финансылык рыногун түзүү шартында Кыргыз Республикасынын коммерциялык банктарынын маркетинг саясатынын өзгөчөлүктөрү” темасындагы диссертациясынын**

РЕЗЮМЕСИ

Негизги сөздөр: маркетинг саясаты, насыя, маркетинг, өнүм, кызмат көрсөтүү, пайда, маркетинг технологиялары, атаандаштыкка жөндөмдүүлүк

Изилдөөнүн объектиси: болуп Кыргыз Республикасынын заманбап банк тутумунун ишмердүүлүгү саналат.

Изилдөөнүн предмети: ЕАЭБдин интеграцияланган каржы рыногунун контекстинде банктык маркетинг саясаты болуп саналат.

Диссертациялык изилдөөнүн максаты: Кыргыз Республикасынын коммерциялык банктарынын маркетинг саясатынын өзгөргөн шарттарын адекваттуу түрдө чагылдыра турган изилденбеген жана/же изилденген, бирок жаңы мамилени талап кылган жаңы теориялык жана методологиялык негиздемелерди иштеп чыгуу. алардын ЕАЭБдин жалпы каржы рыногун түзүү фонунда иштеши.

Изилдөө методдору: Диссертацияда системалаштыруу, жалпылоо, статистикалык, салыштырма, сандык, математикалык жана экономикалык анализ сыяктуу жалпы илимий изилдөө ыкмалары колдонулган, бул изилдөөнүн айрым элементтерин жалпылоого, системалаштырууга жана аныктоого, аларды бири-бири менен салыштырууга жана изилдөөгө мүмкүндүк берген. Ошонун негизинде зарыл корутундуларды түзөт.

Алынган натыйжалар: изилденген материалдардын негизинде коммерциялык банктын башкаруу системасында маркетингдин ролун эффективдүү өнүктүрүү боюнча практикалык сунуштарды иштеп чыгуу үчүн жалпы корутундулар чыгарылды жана коммерциялык банктын кардарларга

багытталган маркетинг стратегиясынын модели ылайыкташтырылган тиричилик шарттарына ылайыкташтырылган

Колдонуу даражасы: алынган натыйжалар маркетинг саясатын иштеп чыгууда коммерциялык банктардын практикалык ишмердигинде колдонуу үчүн конкреттүү сунуштардын деңгээлине жеткирилди. Диссертациянын негизги жоболору илимий-теориялык жана илимий-практикалык конференцияларда, семинарларда жана форумдарда баяндалат

Колдонуу чөйрөсү: жумушта камтылган рекомендациялар жана сунуштар коммерциялык банктар тарабынан банктын маркетинг саясатын калыптандыруу жана ишке ашырууну өркүндөтүү боюнча иш-чараларда колдонулушу мүмкүн, ал эми диссертациялык иштин натыйжалары М Рыскулбеков атындагы ИИУ КЭУнин окуу-методикалык программаларда жана билим берүү программаларында пайдаланылат

РЕЗЮМЕ

диссертации Алымбаевой Жылдыз Карабековны на тему:
«Особенности маркетинговой политики коммерческих банков Кыргызской Республики в условиях создания общего финансового рынка стран Евразийского экономического союза» на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.10 – финансы, денежное обращение и кредит

Ключевые слова: маркетинговая политика, кредит, маркетинг, клиент, продукт, услуга, прибыль, маркетинговые технологии, финансовый рынок, клиентоориентированность, конкурентоспособность.

Объектом исследования является деятельность современной банковской системы Кыргызской Республики.

Предметом исследования является банковская маркетинговая политика в условиях интеграционного финансового рынка ЕАЭС.

Цель диссертационного исследования: Цель состоит в разработке новых теоретико-методологических обоснований по неисследованным и/или исследованным, но требующим новых подходов направлениям маркетинговой политики коммерческих банков КР, которые бы адекватно отражали изменившиеся условия функционирования их на фоне создания общего финансового рынка ЕАЭС.

Методы исследования: В диссертационной работе были использованы такие общенаучные методы исследования как, систематизация, обобщение, статистический, сравнительный, количественный, математико-экономический анализы, которые позволили обобщить, систематизировать, и выявить отдельные элементы исследования, сопоставить их между собой и сформировать на этой основе необходимые выводы.

Полученные результаты: на основании изученных материалов сделаны обобщающие заключения для выработки практических рекомендаций в целях

эффективного развития роли маркетинга в системе управления коммерческим банком

Степень использования: полученные результаты доведены до уровня конкретных предложений для использования в практической деятельности коммерческих банков по формированию маркетинговой политики. Основные положения диссертации представлены на научно-теоретических и научно-практических конференциях, семинарах и форумах.

Область применения: содержащиеся в работе рекомендации и предложения могут быть использованы коммерческими банками при мерах по совершенствованию формирования и реализации маркетинговой политики банка, также результаты исследования могут быть использованы в учебных целях в НИУ КЭУ им. М. Рыскулбекова.

RESUME

dissertation of Aylmbaeva Zhyldyz Karabekovna on the topic: «Features of the marketing policy of commercial banks of the Kyrgyz Republic in the context of creating a common financial market of the countries of the Eurasian Economic Union» for the degree of candidate of economic sciences in the specialty 08.00.10 - finance, money circulation and credit

Keywords: marketing policy, credit, marketing, client, product, service, profit, marketing technologies, customer focus, competitiveness

The object of the study is the activity of the modern banking system of the Kyrgyz Republic.

The subject of the study is the banking marketing policy in the context of the integrated financial market of the EAEU.

The purpose of the dissertation research: The goal is to develop new theoretical and methodological justifications for unexplored and/or investigated, but requiring new approaches, areas of the marketing policy of commercial banks of the Kyrgyz Republic, which would adequately reflect the changed conditions of their functioning against the background of the creation of a common financial market of the EAEU.

Research methods: The dissertation used such general scientific research methods as systematization, generalization, statistical, comparative, quantitative, mathematical and economic analysis, which made it possible to generalize, systematize, and identify individual elements of the study, compare them with each other and form the necessary conclusions on this basis.

Results obtained: based on the studied materials, general conclusions were made to develop practical recommendations for the effective development of the role of marketing in the management system of a commercial bank and a model of customer-oriented marketing strategy of a commercial bank adapted to domestic conditions was developed.

Degree of use: the obtained results were brought to the level of specific proposals for use in the practical activities of commercial banks in the formation of marketing policy. The main provisions of the dissertation are presented at scientific-theoretical and scientific-practical conferences, seminars and forums.

Scope: the recommendations and proposals contained in the work can be used by commercial banks in measures to improve the formation and implementation of the bank's marketing policy, as well as the results of the dissertation will be used in educational and methodological programs and the educational process at the National Research University KEU named after M Ryskulbekov

Формат 60x84 1/16

Бумага: офсетная. Гарнитура «Times». Объем 1,75 п л

Печать: офсетная. Тираж 100 экз.

Отпечатано в типографии: НИУ КЭУ им. М. Рыскулбекова
720033, г. Бишкек, Тоголок Молдо, 58