

«Утверждаю»

Председатель диссертационного совета
по защите кандидатских диссертаций

К 08.15.510, д.э.н., профессор

Токтомаматов К.Ш.

« 12 » мая 2016



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

экспертной комиссии диссертационного совета К 08.15.510 по защите диссертации Уркунбаевой Зарины Абжапаровны на тему: «Маркетинг в развитии туристического бизнеса Кыргызской Республики» по специальности 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (экономика предпринимательства)

Комиссия в составе: председателя – Омурзакова С.А., д.э.н., профессора, членов комиссии: Эргешбаева У. Ж. - к.э.н., доцента., Убайдулаева М.Б., к.э.н., доцента, рассмотрев диссертационную работу, представленную соискателем Уркунбаевой Зарины Абжапаровны на тему: «Маркетинг в развитии туристического бизнеса Кыргызской Республики», рассмотрев отзыв научного руководителя, опубликованные труды соискателя и принимая во внимание протоколы: расширенного заседания кафедры «Менеджмент» КГУСТА им. Н. Исанова, объединенного заседания кафедр «Экономики и бухгалтерского учета» и «Финансы и налоги» Кыргызско-Узбекского университета, заседания диссертационного совета К 08.15.510 по предварительному обсуждению, пришла к следующему заключению.

1. Представленная диссертация соответствует профилю диссертационного совета.

Представленная кандидатская диссертация Уркунбаевой З.А. на тему: «Маркетинг в развитии туристического бизнеса Кыргызской Республики» соответствует профилю диссертационного совета.

В представленной диссертации проводится исследование значимости развития маркетинговой деятельности в туристическом бизнесе Кыргызской Республики в качестве приоритетного направления туризма. Именно развитие маркетинговой деятельности в туристическом бизнесе обеспечивает стабильный рост национальной экономики и может способствовать снижению уровня бедности.

Целями диссертационной работы является разработка теоретических и методических положений совершенствования и развития туристических услуг, оценки и управления повышением качества туристических услуг, за счет совершенствования маркетинговых подходов в развитии туристической отрасли. При этом основное внимание уделено организационно-экономическим аспектам проблемы и системному подходу к их решению.

Исходя из поставленных целей, в работе предусматривалось решение следующих задач:

- уточнить сущность и содержание развития туризма за счет совершенствования маркетинговой деятельности;
- изучить и внести в коррективы в методологические подходы влияния, становления развития маркетинговой деятельности на развитие туристической деятельности;
- исследовать международный опыт маркетинга в области туристической деятельности для их использования в условиях Кыргызской Республики;
- на основе обширных статистических материалов и практики маркетинговых мероприятий в области туризма определить резервы повышения результативности туристической деятельности в республике;
- предложить основные направления повышения туристического потенциала;

- определить приоритеты развития предпринимательства в сфере туризма как фактор повышения результативности туристического бизнеса;
- выбрать пути повышения экономической эффективности туристической деятельности за счет совершенствования маркетинга.

2. Актуальность темы исследования.

Одна из наиболее значительных, постоянных и долгосрочных тенденций, сопутствующая формированию и развитию мирового хозяйства, – неуклонный рост влияния туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов.

Туризм представляет собой сложную и комплексную сферу мировой экономики, существенно влияющую как на все мировое хозяйство, так и на развитие отдельных стран и регионов. В некоторых странах туризм является практически единственным источником валютных поступлений, благодаря которому поддерживаются высокий уровень экономического развития и благосостояния граждан.

Использование маркетинга в сфере туризма связано с разработкой специального туристского продукта на рынке и ориентацией его на конкретного потребителя, разработкой стратегии расширения продаж, выбором наиболее эффективных средств распространения рекламной информации.

Туризм по своим основным характеристикам не имеет каких-либо принципиальных отличий от других форм хозяйственной деятельности. Поэтому все существенные положения современного маркетинга могут быть в полной мере применены и в туризме.

Туризм, позиционируемый в качестве приоритетной отрасли экономики Кыргызской Республики, может оказать позитивное влияние на решение не только экономических задач, но и на достижение цели социального характера, а также обеспечить охрану окружающей среды. Туризм, особенно в Кыргызской Республике с ее природными

возможностями и культурным наследием, может внести большой вклад для роста занятости населения и экономического продвижения.

В стране не располагающей значительными запасами нефти и газа, развитие индустрии туризма имеет стратегически важное значение.

Кыргызская Республика, как отмечают международные эксперты, использует свой туристский потенциал не более чем на 15%, что объясняет низкий вклад туризма в экономику страны.

Жизнь современного общества характеризуется возрастанием роли и значения сферы услуг. Чем выше уровень экономического развития страны, тем больше доля расходов на услуги в общей структуре потребительских расходов. С развитием межгосударственных контактов сфера услуг вышла за рамки отдельных стран и превратилась в один из важнейших видов мирового хозяйства.

Вместе с тем, проблемы организации туристической деятельности в республике в экономической литературе недостаточно освещены. Они касаются в основном теоретических положений измерения конечных результатов, рыночных отношений между различными составляющими туристической деятельности, а также интеграции ее смежными сферами и в организационном плане с государством и др.

3. Научные результаты.

Научная новизна полученных результатов подтверждается следующими результатами:

Результат 1. Выявлены особенности функционирования рынка туристических услуг в КР, обусловленные формированием спроса на услуги, определены основные тенденции его развития в условиях рынка;

Результат 2. Определена концепция маркетингового подхода в деятельности туристских компаний, направленная на продвижение туристского продукта от продавца до потребителя, проанализированы основные методики оценок параметров качества туристских услуг и логистического управления, суть которых состоит в использовании таких

методов и приемов, как сравнительный анализ статистических данных, экспертные оценки, анкетные опросы, фокус-группы, SWOT-анализ и др.;

Результат 3. На основе изучения международного опыта организации туристической деятельности сделаны выводы по использованию его в условиях Кыргызстана с целью улучшения туристического бизнеса за счет маркетинговых мероприятий;

Результат 4. Проведен анализ современного состояния маркетинга и туристического бизнеса с целью определения резервов в этой сфере деятельности;

Результат 5. Предложены основные направления повышения туристического потенциала как базы развития туристического бизнеса;

Результат 6. Определены приоритеты развития предпринимательства в сфере туризма как фактор повышения результативности туристического бизнеса;

Результат 7. Намечены пути повышения экономической эффективности туристической деятельности за счет совершенствования маркетинга.

4. Степень обоснованности и достоверности научных положений, рекомендаций, выводов, полученных соискателем.

Первый и второй результаты – обоснованы, так как проведенное исследование позволило сделать достоверные выводы и предложения, направленные на развитие маркетинговой деятельности в туристическом бизнесе сектора экономики Кыргызской Республики.

Третий результат – использован опыт зарубежных стран в развитии туристического бизнеса Кыргызской Республики.

Четвертый результат – определены резервы в сфер маркетинговой деятельности и развитии туристического бизнеса Кыргызской Республики.

Пятый, шестой результаты – обоснованы и определены основные направления и результаты повышения развития туристического бизнеса за

счет совершенствования маркетинговой деятельности в Кыргызской Республике.

Седьмой результат - обоснована необходимость разработки рыночного механизма схемы продвижения туристических услуг и предложены перспективы развития маркетинговой деятельности в процессе реализации туристического продукта.

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

Результат 1 и 2. Не новый. В прежние годы проводились исследования по проблемам туристического рынка в Кыргызской Республике.

Результат 3. Новый. Поскольку на уровне не проводились маркетинговые исследования в сфере развития туризма по развитию предпринимательства в Кыргызской Республике.

Результат 4. Частично новый, так как такие исследования проводились в республиканском масштабе, но без учета механизма схемы продвижения туристического продукта в Кыргызской Республике.

Результат 5. Новый. На национальном уровне не были исследованы тенденции реализации маркетинговой деятельности в продвижении туристического продукта через предложение использования новых маркетинговых подходов, разработку новых тур пакетов туристическими агентствами.

6. Практическая ценность диссертационного исследования заключается в возможности изучения зарубежной теории и практики маркетинга и логистики в туристской сфере, имеющих большое значение для туристских компаний. Также практические разработки в этой области могут стать эффективным инструментом для поиска конкурентных преимуществ для туристических компаний.

Основные положения и результаты исследования могут быть использованы как научно обоснованные рекомендации при разработке

маркетинговой политики, для обеспечения стабильного роста объемов и ассортиментов туристической продукции.

6. Оценка внутреннего единства и направленности полученных результатов на решение соответствующей актуальной проблемы, теоретической и прикладной задачи.

Диссертационная работа Уркунбаевой Зарины Абжапаровны на тему: «Маркетинг в развитии туристического бизнеса Кыргызской Республики» характеризуется внутренним единством, направленностью на решение актуальных теоретико-методологических и организационно-методических проблем развития маркетинговой деятельности в развитии туристического бизнеса страны. Рекомендации автора направлены на решение актуальных проблем туристического сектора экономики. Исследование носит целостный характер, все вопросы взаимосвязаны и едины для достижения поставленной цели.

От анализа сложившейся практики автор переходит к формализации объекта исследования и разработке рекомендаций, позволяющих реализовать поставленные цели. Ход и методика исследования автором построены логически правильно.

7. Подтверждение опубликования основных положений, результатов и выводов диссертации.

Основные положения диссертации опубликованы в 7 научных статьях, общим объемом 2,2 п. л.

8. Соответствие автореферата содержанию диссертации.

Автореферат полностью соответствует содержанию диссертации, поставленным в ней целям и задачам исследования. Автореферат имеет идентичное резюме на кыргызском и английском языках.

9. Обоснованность предложений о назначении ведущей организации, официальных оппонентов.

Комиссия предлагает по кандидатской диссертации Уркунбаевой З.А. назначить в качестве ведущей организации Ошский технологический

университет им. М. Адышева, где работают доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством.

Первым официальным оппонентом назначить д. э. н., профессора Омурзакова Сатыбалды Ашимовича, д.э.н.. профессора университета Экономики и предпринимательства в г. Джалал-Абад, который имеет следующие труды, близкие к проблеме исследования:

1. Омурзаков С.А., Толонов Э.Н. «Перспективы развития туризма в Кыргызстане»
2. Омурзаков С.А., Толонов Э.Н., Развитие туристического потенциала КР»
3. Омурзаков С.А., Толонов Э.Н., «Международный туризм и его роль в развитии экономики Кыргызстана».

Вторым официальным оппонентом назначить к. э. н., доцента, декана ФИМО Ошского государственного университета Низамиева Абдурашита Гумаровича, который имеет следующие труды, близкие к проблеме исследования:

1. Низамиев А.Г. О туристском маркетинге // Улкумуз, №2. –Стамбул, 2004. С. 29-31.
2. Низамиев А.Г. Туризм Кыргызстана: социально- экономические аспекты. – Ош, 2005. -208 с.
3. Низамиев А.Г., Чотонов Д.Ч. Маркетинговая стратегия Кыргызстана: поиск и завоевание своей ниши и сегмента на мировом туристском рынке //Вестник Иссыккульского университета, №19. –Каракол: ИГУ, 2007. С. 141-143.
4. Низамиев А.Г., Артыкбаева С.Ж., Култаева А.К. Развитие и размещение туризма в Кыргызстане: эколого- экономическое обоснование //Молодой ученый, №8. –Казан., 2015. С. 360-363.

Комиссия полагает, что назначение названных официальных оппонентов и ведущей организации достаточно обосновано.

Структура и содержание диссертации и автореферата отражают научные положения и результаты исследования и отвечают требованиям Инструкции по оформлению диссертации и автореферата, утвержденной приказом НАК КР от 25.11.2010 г., №88.

Разработанные в диссертации теоретические положения можно квалифицировать как новое научное исследование в области экономики, на основе которого выявлены практические предложения и рекомендации.

Комиссия, рассмотрев предоставленные документы (диссертационная работа, автореферат и научные труды), рекомендует диссертационному совету К 08.15.510 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата экономических наук при Ошском государственном университете и Университете экономики и предпринимательства принять кандидатскую диссертацию Уркунбаевой Зарины Абжапаровны на тему «Маркетинг в развитии туристического бизнеса Кыргызской Республики», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (экономика предпринимательства).

Председатель комиссии:



д.э.н., профессор Омурзаков С.А.

Члены комиссии:



к.э.н., доцент Эргешбаев У.Ж.



к.э.н., доцент Убайдуллаев М.Б.

Подписи членов комиссии заверяю:

Ученый секретарь

диссертационного совета



к.э.н., доцент Кулуева Ч.Р.