

ОТЗЫВ

официального оппонента к.э.н., д.г.н., профессора Низамиева А.Г. на диссертационную работу Уркунбаевой З.А. 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)

Актуальность темы диссертационной работы. 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 по сравнению с развитыми странами мира.

В то же время в туризме имеется своя специфика, отличающая его не только от торговли товарами, но и от других форм торговли услугами. Здесь имеет место как торговля услугами, так и товарами (по оценкам специалистов, доля услуг в туризме составляет 75 %, товаров — 25 %), а также особый характер потребления туристских услуг и товаров в месте их производства, более того, в определенной ситуации.

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. В практическом плане туризм нуждается комплексной и системной организации в повышении ответственности туроператоров и других занятых в сфере туризма. Эти и другие проблемы теоретического и практического характера определили выбор темы исследования.

Цели и задачи исследования. Целями диссертационной работы являются 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.

В соответствии с целью исследования в диссертации были поставлены и решены следующие задачи:

- 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.

Научная новизна полученных результатов состоит в разработке, обосновании и уточнении теоретических и методических положений маркетинга туристской индустрии, а также совершенствования и развития туристических услуг в современных условиях.

К основным результатам, составляющим научную новизну проведенного диссертационного исследования можно отнести:

- выявлены особенности функционирования рынка туристических услуг в КР, обусловленные формированием спроса на услуги, определены основные тенденции его развития в условиях рынка;
- 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.;
- 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;
- проведен анализ современного состояния маркетинга и туристического бизнеса с целью определения резервов в этой сфере деятельности;
- предложены основные направления повышения туристического потенциала как базу развития туристического бизнеса;
- определены приоритеты развития предпринимательства в сфере туризма как фактор повышения результативности туристического бизнеса;
- намечены пути повышения экономической эффективности туристической деятельности за счет совершенствования маркетинга.

Практическая значимость полученных результатов

Изучение зарубежной теории и практики маркетинга и логистики в туристской сфере имеет большое значение для туристских компаний, практические разработки в этой области могут стать эффективным инструментом для поиска конкурентных преимуществ для туристических компаний.

Научные разработки диссертации были апробированы в работе маркетинговых и логистических решений туристской компании "Тасма-Тревел", позволили качественно перестроить работу соответствующих служб и показали высокую экономическую эффективность. Наряду с этим материалы диссертации нашли применение в учебном процессе, в частности, при чтении спецкурсов "Маркетинг в туристическом бизнесе", "Международный маркетинг».

Экономическая значимость полученных результатов. Данные исследования, полученные автором, могут получить широкое применение в работе туристических компаний для повышения эффективности и рентабельности туристических фирм. При возможности учета маркетинговых инструментов, которые предложены в диссертационном исследовании, как одного из факторов успешного ведения бизнеса.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту.

Маркетинговые исследования в туристской сфере имеют большое значение для формирования системной экономической политики в работы туристических компаний, а практические разработки в этой области могут стать эффективным инструментом для поиска конкурентных преимуществ на туристическом рынке страны. Исходя из этого нами выносятся следующие защищаемые положения:

- маркетинговый подход в туризме представляют собой особое место логистики в стратегическом планировании туристской деятельности, дает полноценную картину для оценки роли и позиции каждой туристической компании на рынке услуг;

- особая важность изучения и воздействия на мотивы выбора потребителей при покупке туристского продукта, занимает создание определенного имиджа компании, а также проведение соответствующей политики коммуникации (создание рекламы, обеспечение связи с общественностью, пропаганда и т.д.), что способствовала проведению маркетинговых исследований и налаживанию обратной связи с клиентами посредством прямого маркетинга и рекламационного менеджмента;

- маркетинговая политика в туризме направлена также на формирование спроса на туристские услуги с учетом использования имеющегося туристского потенциала определенных территорий, в том числе национальные и природные особенности Кыргызской Республики на международном рынке туристических услуг, что позволяет иметь определенные приоритеты в развитие специфических видов туризма (жайло-туризм, этно-туризм, горно-приключенческий туризм (высокогорный), туризм на великом шелковом пути и т.д.).

Личный вклад соискателя для проведения диссертационного исследования было проанализировано огромное количество специальных источников, сделан анализ нормативно-правовых актов в области туризма как нашей страны, так и характерных стран схожих типичными природно-рекреационным потенциалом. Основные материалы использованы на основе анализа деятельности конкретных туристических компаний в КР.

Наряду с достоинствами диссертационной работы, следует отметить и некоторые замечания.

1. В теоретической части диссертации следовало бы глубже показать взаимосвязь вопросов маркетинга и логистики в процессе продвижения туристического продукта на рынке.

2. В третьей главе уместно было бы рассмотреть влияние инвестиционной политики на обновление материально-технических ресурсов маркетингового политики.

3. В работе следовало бы заострить внимание на вопросах создания условий для дальнейшего функционирования инновационных процессов в туристической сфере и тенденциях их развития.

4. В работе недостаточно представлены существующие типы рынков в зависимости от участников рынка.

Однако отмеченные недостатки носят рекомендательный характер и не снижают ценности диссертации в целом.

Диссертационная работа Уркунбаевой З.А. на тему “Маркетинг в развитии туристического бизнеса Кыргызской Республики” является законченным самостоятельным исследованием, соответствующим требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям по специальности 08.00.05 - экономика и управление народным хозяйством (экономика предпринимательства), ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук.

**Официальный оппонент,
к.э.н., д.г.н., профессор:**

А.Г. Низамиев

Подпись к.э.н., д.г.н., проф. Низамиева А.Г.

Заведующий

Ученый секретарь

Одн



Бакеубаев М.Т.