

В диссертационный совет
Финансового университета Д 505.001.104
по защите диссертаций на соискание
ученой степени кандидата наук,
ученой степени доктора наук

ОТЗЫВ

на автореферат диссертации **Мальцева Григория Александровича** на тему
«Формирование конкурентоспособности банковских экосистем с
использованием маркетинговых технологий», представленной на соискание
ученой степени кандидата экономических наук по специальности
5.2.3 Региональная и отраслевая экономика (экономические науки)

Развитие банковского сектора в условиях цифровой трансформации сопровождается расширением платформенных форм обслуживания, интеграцией финансовых и нефинансовых продуктов, а также изменением характера конкурентной борьбы между кредитными организациями. Банковские экосистемы становятся одним из значимых направлений стратегического развития банков, что повышает роль маркетинговых технологий в формировании потребительской ценности, развитии цифрового взаимодействия с потребителями и укреплении рыночных позиций. В связи с этим тема диссертационного исследования Мальцева Григория Александровича является актуальной и имеет выраженное научно-практическое значение.

В автореферате четко сформулирована цель исследования, связанная с разработкой теоретико-методических и практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности банковских экосистем с использованием маркетинговых технологий в условиях цифровой трансформации бизнес-процессов банков. Достижение указанной цели обеспечивается решением взаимосвязанных задач, направленных на выявление особенностей

использования маркетинговых технологий, обоснование принципов достижения синергии, разработку модели маркетингового управления, алгоритма совершенствования внутреннего маркетингового потенциала и методических рекомендаций по развитию маркетингового обеспечения банковских экосистем в условиях цифровой трансформации бизнес-процессов банков.

Материал диссертационного исследования, представленный в автореферате, позволяет говорить о последовательности и внутренней логике проведенного исследования. Автор рассматривает банковскую экосистему как инновационную бизнес-модель, основанную на кооперации банковских и небанковских организаций, использовании цифровых платформ и комплексном предоставлении финансовых и нефинансовых продуктов. Такой подход позволяет раскрыть конкурентоспособность банковских экосистем через взаимосвязь маркетинговых, технологических и организационных факторов.

Следует отметить, что в автореферате маркетинг банковских экосистем рассматривается как направление банковского маркетинга, ориентированное на согласование интересов банка-архитектора, экосистемных партнеров и целевых сегментов. Использование маркетинговых технологий связывается автором с интегрированными коммуникациями, цифровыми платформами, аналитикой данных, персонализацией предложений и развитием клиентоориентированного подхода.

Заслуживает положительной оценки обоснование принципов достижения синергии банковских экосистем. Выделение аналитического, интегрированного и управленческого принципов позволяет рассматривать синергетический эффект как результат согласованного применения маркетинговых технологий и функций маркетинга. Данный подход имеет значение для повышения конкурентоспособности российских банковских экосистем, поскольку связывает маркетинговые инструменты с формированием комплексного предложения и развитием взаимодействия

между участниками экосистемы.

Существенным результатом исследования является разработанная модель маркетингового управления конкурентоспособностью банковских экосистем. В автореферате показано, что модель направлена на развитие внутреннего маркетингового потенциала, повышение эффективности совместного выполнения функций маркетинга, персонализацию предложений и укрепление цифрового взаимодействия с потребителями. Это позволяет рассматривать конкурентоспособность банковских экосистем как результат комплексного управленческого воздействия на маркетинговые, технологические и организационные элементы их развития.

Практическая значимость исследования определяется тем, что разработанные положения алгоритма и методических рекомендаций могут применяться при развитии цифровых каналов продвижения, платформенных брендов, CRM-систем, пользовательских интерфейсов и иных инструментов цифрового маркетинга, направленных на повышение конкурентоспособности банковских экосистем.

Результаты исследования достоверны и подтверждаются применением общенаучных и специальных методов анализа, а также использованием данных банковской отчетности и расчетами автора.

В качестве замечания можно отметить:

- в автореферате можно было бы более подробно раскрыть влияние регуляторных и конкурентных ограничений развития банковских экосистем на выбор маркетинговых технологий и инструментов повышения их конкурентоспособности;

- более убедительную практическую ценность могли бы иметь возможности адаптации предложенного алгоритма совершенствования внутреннего маркетингового потенциала для разных банков, которые различаются между собой, например, по масштабу цифровой деятельности, развитости экосистемного подхода.

Данные замечания имеют рекомендательный характер и не снижают

значимость проведенного исследования.

В целом диссертация Мальцева Григория Александровича на тему «Формирование конкурентоспособности банковских экосистем с использованием маркетинговых технологий» является завершенным самостоятельным научным исследованием, обладает научной новизной, теоретической и практической значимостью, соответствует паспорту научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки), а также требованиям, предъявляемым к диссертациям на соискание ученой степени кандидата экономических наук.

Мальцев Григорий Александрович заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (экономические науки).

Я, Федоськина Людмила Александровна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доцент кафедры менеджмента
в энергетике и промышленности
ФГБОУ ВО «Национальный
исследовательский университет «МЭИ»,
к.э.н., доцент

Федоськина Людмила Александровна

22.07.2026 г.

Адрес места работы: 111250, Россия, г. Москва, вн.тер.г. муниципальный округ Лефортово, ул Красноказарменная, д.14

телефон: +7 495 362-77-06

e-mail: FedoskinaLA@mpei.ru

Подп
3 А
110

ИИЯ
1АЯ

ЦИИ,
сатов
3

Ф
В
«

У
Л
Е