

## ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104, д.э.н., доцента Фирсовой Ирины Анатольевны (профиль научной специальности «Управление маркетингом») на диссертацию Хаддада Башара на тему «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций», представленную на соискание учёной степени кандидата наук по научной специальности  
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг

Хаддад Башар представил диссертацию на тему: «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций» на соискание учёной степени кандидата наук к публичному рассмотрению и защите по научным специальностям 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг.

Содержание диссертации полностью соответствует пунктам Паспорта научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки): 10.2. «Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности» и 10.5. «Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов».

Полагаю возможным допустить соискателя учёной степени к защите диссертации.

Отмечаю, что:

1. соискатель учёной степени Хаддад Башар: предложил значимое для науки и практики решение актуальной научной задачи по формированию комплекса теоретических положений и практических рекомендаций в разработке маркетинговых стратегий внедрения исламского банкинга на рынке банковских услуг.

2. соискатель учёной степени Хаддад Башар ввел в научный оборот следующие новые научные результаты:

- авторское толкование комплекс маркетинга финансовых организаций с учетом принципов исламского банкинга (С. 86–93);

- обоснование разработки маркетинговой стратегии финансовых организаций с выделением наступательной, географической экспансии, проникновения, рыночного лидера, защиты и рационализации и др. Автор предлагает объединить три вида стратегии (географического расширения зоны воздействия, нового рынка и рыночной ниши) с целью эффективного внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций или банка в случае его внедрения маркетинговую деятельность финансовых организаций в неисламских странах, (С. 16-25; 28-35);

- обоснование концептуальных принципов организации маркетинговой деятельности банков с учетом требований исламского банкинга в отличие от

применения традиционной банковской системы. К основным принципам и требованиям автор относит: принцип реализации законной выгоды; принцип законности; принцип нравственности и соответствующего поведения; принцип запрещенности долговой торговли; принцип запрета маркетинговых операций, затрагивающих права человека (С. 45- 46; 61-70);

- уточнение традиционных компонентов комплекс-маркетинга по модели М. Битнера в соответствии с нормами Шариата. Предложена авторская модель комплекс-маркетинга исламского банкинга, состоящая из семи элементов (С. 93–98);

- разработка алгоритма формирования стратегии исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций и требований, предъявляемых к процедуре внедрения стратегии исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций, который направлен на создание конкурентных преимуществ российских финансовых организаций (С. 159–172);

- разработка методических рекомендаций по совершенствованию процесса внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность российских финансовых организаций, повышающие результативность их управленческих и маркетинговых решений в условиях санкционного давления (172-180).

3. Диссертация «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций», представленную на соискание учёной степени» обладает внутренним единством, основанном на использовании общенаучных и специализированных методов познания: экономико-математические методы, маркетинговые исследования, анализ и синтез, сравнительный анализ, систематизация, аналогия, формализация, системный подход, использование статистических данных из открытых источников.

Теоретическая значимость выводов исследования заключается в развитии классической маркетинговой теории в рамках исламского банкинга финансовых организаций. Основные выводы и положения могут быть использованы для последующего теоретического изучения вопросов внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность Российских финансовых организаций.

Теоретико-методологические положения работы могут быть применены при подготовке учебных программ по дисциплинам: финансовый маркетинг, управление маркетингом, стратегический маркетинг и маркетинговые коммуникации.

Практическая значимость исследования состоит в том, что его выводы и рекомендации могут помочь российским финансовым организациям на розничном банковском рынке сформировать конкурентные преимущества и повысить социальную значимость в условиях санкций.

Материалы диссертации использованы:

- при подготовке отчета о научно-исследовательской работе по теме «Разработка концепции ответственного потребления в Российской Федерации как основы устойчивого развития», исполнитель (Государственное задание, приказ Финуниверситета от 02.08.2022. №1837/о);
- в практической деятельности МРОО «Кремль» при разработке дорожной карты внедрения принципов исламского банкинга дружественных Российской Федерации стран в инвестиционные проекты, реализуемые и продвигаемые финансовыми организациями на территории России;
- Департаментом логистики и маркетинга Факультета экономики бизнеса Финансового университета в преподавании дисциплин «Управление маркетингом» для студентов бакалавриата (направление 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг») и «Информационное обеспечение маркетинговой деятельности компании» для студентов магистратуры (направление 38.04.02 – Менеджмент, направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг»).

4. Обоснованность положений и выводов диссертации «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций» подтверждена следующими аргументами: вынесенные на защиту положения научной новизны можно интерпретировать как дальнейшее развитие теории и практики в разработке маркетинговых стратегий внедрения исламского банкинга рынке банковских услуг в маркетинг финансовых организаций, действующих на Российском розничном (потребительском) рынке банковских услуг.

Достоверность выносимых на защиту положений и результатов исследования опирается на выверенную логику исследования, использование надежных методов и алгоритмов решения исходных задач, достоверность исходных данных и подтверждается использованием результатов в практической деятельности.

Самостоятельную практическую значимость имеет разработанный автором алгоритм формирования стратегии исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций, направленный на формирование конкурентных преимуществ российских финансовых организаций в условиях санкционного давления, учитывая опыт дружественных Российской Федерации исламских и неисламских стран; и требования, предъявляемые к процедуре внедрения стратегии исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций на основе исследования потребительского поведения на рынке исламского банкинга, проведенные автором. Разработанные методические рекомендации по совершенствованию процесса внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность российских финансовых организаций, повышают результативность управленческих и маркетинговых решений. Методические рекомендации, разработаны автором на основании применения алгоритма внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций в Российской Федерации и за рубежом включают:

размещение на сайте финансовой организации сертификатов, полученных от официальных специализированных шариатских организаций, таких как шариатский надзор, что поможет потенциальному клиенту убедиться в том, что услуги и продукты исламского банка соответствуют принципам ислама; калькулятор на сайте финансовой организации позволяет определить прибыль клиента от инвестиций в исламском банке и другие, описанные в работе .

5. Диссертация содержит сведения о личном вкладе Хаддада Башара, который выразился в четкой формулировке актуальности темы исследования, степени научной разработанности темы исследования; установлении объекта исследования, предмета исследования, области исследования, целей и задач исследования; разработке теоретической основы диссертационного исследования; определении информационной базы исследования; обосновании научной новизны исследования и положений, выносимых на защиту, теоретической и практической значимости исследования, степени достоверности и апробации результатов исследования.

6. Все материалы или отдельные результаты, заимствованные Хаддадом Башаром из чужих текстов (работ), оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источника заимствования.

7. Основные научные результаты исследования опубликованы в 7 работах общим объемом 3,4 п.л. (авторский объем 2,48 п.л.) в том числе 5 работ общим объемом 2,04 п.л. (авторский объем 1,8 п.л.) опубликованы в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России. Все публикации по теме диссертации.

8. Соискатель учёной степени Хаддад Башар в ходе работы над диссертацией и подготовки к публичной защите показал себя как квалифицированный исследователь, способный четко поставить и разработать научную задачу. Автор продемонстрировал все необходимые профессиональные умения и навыки в процессе написания диссертационного исследования.

9. Заявленная автором научная новизна исследования связана с формированием комплекса теоретических положений и практических рекомендаций по разработке стратегий внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций, действующих на потребительском рынке банковских услуг, что направлено на повышение эффективности управленческих и маркетинговых решений финансовых организаций, в целях повышения конкурентных преимуществ финансовых организаций

Все замечания приняты к сведению и внесены правки.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация Хаддада Башара:

- 1) соответствует заявленным научным специальностям и может быть допущена к защите;
- 2) соответствует установленным критериям и требованиям.

---

д.э.н., доцент, Фирсова Ирина Анатольевна  
« 10 » мая 2025 г.



?

тета  
ова  
г.