

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)

Современное развитие банковского сектора характеризуется активным внедрением цифровых технологий, расширением экосистемных бизнес-моделей и повышением роли маркетинговых инструментов в формировании конкурентных преимуществ банков. В этих условиях тема диссертационного исследования Мальцева Г.А. является актуальной, поскольку связана с решением задач повышения конкурентоспособности банковских экосистем, формирования потребительской ценности и развития долгосрочного взаимодействия с целевыми сегментами.

Целью диссертационной работы является разработка теоретико-методических и практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности банковских экосистем с использованием маркетинговых технологий в условиях цифровой трансформации бизнес-процессов банков. Достижение данной цели обеспечивается решением задач, связанных с выявлением особенностей использования маркетинговых технологий, обоснованием принципов достижения синергии, разработкой модели маркетингового управления конкурентоспособностью, алгоритма совершенствования внутреннего маркетингового потенциала и методических

рекомендаций по развитию маркетингового обеспечения.

В автореферате последовательно раскрыты основные результаты диссертационного исследования. Автор обосновывает содержание банковской экосистемы как инновационной бизнес-модели, основанной на кооперации банковских и небанковских организаций, использовании цифровых платформ и комплексном предоставлении финансовых и нефинансовых продуктов. Маркетинг банковских экосистем рассматривается как система взаимодействий, обеспечивающая согласование интересов участников экосистемы и потребителей.

Следует отметить научную значимость выявленных автором ключевых особенностей использования маркетинговых технологий банковскими экосистемами. К их числу отнесены постоянный обмен информацией между участниками, применение многоуровневых систем интегрированных маркетинговых коммуникаций, использование цифровых платформ при разработке и реализации комплекса маркетинга, а также развитие клиентоориентированного подхода.

Заслуживает положительной оценки обоснование принципов достижения синергии банковских экосистем с учетом функций маркетинга. Выделенные автором аналитический, интегрированный и управленческий принципы раскрывают механизм согласования маркетинговых действий участников экосистемы, повышения эффективности цифровых коммуникаций и формирования комплексного экосистемного предложения.

Существенным результатом исследования является разработанная модель маркетингового управления конкурентоспособностью банковских экосистем. Автор показывает, что повышение конкурентоспособности обеспечивается за счет согласования внутреннего маркетингового потенциала, принципов достижения синергии и маркетинговых технологий. Данный подход позволяет рассматривать конкурентоспособность банковской экосистемы как результат ресурсной обеспеченности и эффективности маркетингового взаимодействия между участниками экосистемы.

Практическая направленность работы проявляется в предложенном алгоритме совершенствования внутреннего маркетингового потенциала банковских экосистем. Алгоритм ориентирован на оценку внутреннего потенциала, развитие цифровых каналов продвижения, платформенных брендов, CRM-систем, интерфейсов экосистемных сервисов и иных инструментов цифрового маркетинга. Представленные методические рекомендации могут быть использованы при совершенствовании маркетинговых стратегий российских банков.

Достоверность результатов исследования подтверждается использованием общенаучных и специальных методов анализа, привлечением данных банковской отчетности, расчетами на материалах российских банковских экосистем, а также апробацией результатов на научно-практических конференциях. Основные положения диссертации опубликованы в рецензируемых научных изданиях, результаты исследования использованы в научно-исследовательской, практической и образовательной деятельности.

В качестве замечания следует отметить, что в автореферате можно было бы более подробно раскрыть возможности адаптации предложенного алгоритма совершенствования внутреннего маркетингового потенциала для банков, различающихся по масштабу деятельности, уровню цифровой зрелости и степени развития экосистемной бизнес-модели. Вместе с тем данное замечание носит уточняющий характер и не снижает научной и практической значимости проведенного исследования.

В целом диссертация Мальцева Григория Александровича на тему «Формирование конкурентоспособности банковских экосистем с использованием маркетинговых технологий» является законченным 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, Каленская Наталья Валерьевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Доктор экономический наук, профессор,
заведующий кафедрой маркетинга
Институт управления, экономики
и финансов ФГАОУ ВО
«Казанский (Приволжский)
федеральный университет»



Каленская Наталья Валерьевна

7 июля 2026

Секре

Адрес места работы:
420008, г.Казань, ул.Бутлерова 4
Email: kalen7979@mail.ru
Тел. +7(843) 206-52-99 (доб.3814)
8-919-643-04-72

Ф
В
«

ЕТ
Л.
Г.

[
у
3
]