

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»

СОВЕТ ПО ЗАЩИТЕ ДИССЕРТАЦИЙ
НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ КАНДИДАТА НАУК,
НА СОИСКАНИЕ УЧЕНОЙ СТЕПЕНИ ДОКТОРА НАУК
(ДИССЕРТАЦИОННЫЙ СОВЕТ)
Д 505.001.104

Решение диссертационного совета
от 25.06.2025
№ 3-25/104

Аттестационное дело № 39(104з-25)/41-10

З А К Л Ю Ч Е Н И Е

диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104
по диссертации на соискание ученой степени кандидата наук
о присуждении Хаддаду Башару,
гражданину Сирийской Арабской Республики,
ученой степени кандидата экономических наук

Диссертация «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций» по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки) профиль научной специальности, установленный в Финансовом университете «Управление маркетинговой деятельностью» принята к публичному рассмотрению и защите 23.04.2025 (протокол № 1-25/104) диссертационным советом Д 505.001.104, созданным Финансовым университетом в соответствии с правами, предусмотренными в пункте 3.1. статьи 4 Федерального закона «О науке и государственной научно-технической политике» от 23 августа 1996 г. № 127-ФЗ, приказом Финуниверситета 19.09.2018 № 1722/о. Изменения в полномочия и персональный состав внесены приказами Финуниверситета от 27.06.2019 № 1503/о; от 30.09.2019 № 1970/о; от 27.04.2022 № 1054/о; от 26.06.2023

№ 1707/о; от 09.01.2024 № 0004/о; от 23.04.2024 № 1035/о; от 01.07.2024 № 1679/о; от 29.10.2024 № 2454/о; от 19.12.2024 № 3186/о.

Соискатель Хаддад Башар, 1994 года рождения, в 2023 году освоил программу подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре по направлению подготовки 38.06.01 Экономика с присвоением квалификации «Исследователь. Преподаватель-исследователь» федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации». В настоящее время Хаддад Б. не работает.

Диссертация Хаддада Б. выполнена в Департаменте логистики и маркетинга Факультета экономики и бизнеса ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (Москва, Правительство Российской Федерации).

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Рожков Илья Вячеславович, ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Факультет «Высшая школа управления», Кафедра маркетинга, доцент кафедры.

По месту выполнения диссертации выдано положительное заключение по диссертации от 16.05.2024 № 03585.

Основные положения и результаты диссертации отражены 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.

В опубликованных научных работах раскрыты основные положения научной новизны, отраженные в диссертационном исследовании и выносимые на защиту. В них аргументируется значимость внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций, обобщаются и систематизируются методические подходы к разработке стратегий исламского банкинга, предлагается авторская трактовка комплекса маркетинга

финансовых организаций, соответствующая принципам исламского банкинга, разработан алгоритм формирования стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций и разработаны методические рекомендации по его реализации.

К наиболее значительным работам соискателя следует отнести: Хаддад, Б. Разработка маркетинговых стратегий исламских банков / Б. Хаддад // ЭКОНОМИКА БИЗНЕС БАНКИ. – 2022. – № 1 (63). – С. 105-113. – ISSN 2304-9596; Хаддад, Б. Формирование комплекса маркетинга исламских банков как фактор устойчивого развития / Б. Хаддад // Самоуправление. – 2022. – № 5 (133). – С. 797-799. – ISSN 2221-8173; Хаддад, Б. Внедрение исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций / Б. Хаддад // ЭКОНОМИКА БИЗНЕС БАНКИ. – 2023. – № 1 (67). – С. 79-85. – ISSN 2304-9596 (К3); Хаддад, Б. Алгоритм внедрения стратегии исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций / Б. Хаддад // Самоуправление. – 2023. – № 6 (139). – С. 364–366. – ISSN 2221-8173 (К3); Хаддад, Б. Исламский банкинг: моделирование динамики исламского банкинга для настоящего времени и на будущие периоды / Б. Хаддад, С.В. Веретехина // ЭКОНОМИКА БИЗНЕС БАНКИ. – 2024. – № 4 (74). – С. 105-113. – ISSN 2304-9596 (личный вклад 0,25 п.л. из 0,49 п.л.).

В диссертации Хаддада Б. отсутствуют недостоверные сведения об опубликованных работах, в которых изложены научные результаты диссертации.

Лица, включенные в состав диссертационного совета, представили 10 письменных отзывов на диссертацию, из них 10 положительных, 0 отрицательных. Член диссертационного совета Д 505.001.104, д.э.н., доцент Ксенофонтова Т.Ю. не представила письменный отзыв.

На диссертацию и автореферат диссертации поступили отзывы от:

1. Воронина М.С. (ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет», к.э.н.). Отзыв положительный. Наряду с отмечаемыми положительными сторонами, имеются недостатки: подробно не раскрывается значение и предполагаемые результаты внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций в условиях санкций; недостаточно раскрыт тезис о том, что «шариат» является ключевым элементом, «связывающим все остальные элементы комплекса маркетинга исламского банкинга»; на рисунке 6 (С. 22) в предлагаемом алгоритме формирования стратегии исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций представлен этап 2.1 «Бенчмаркинг анализ конкурентов». Учитывая, что исламский банкинг – явление в правовом поле России относительно новое и пока мало распространенное, не ясно, каких конкурентов предлагается исследовать. Корректнее было бы написать под рисунком 6 «Алгоритм формирования стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций», а этап 2.1 именовать «Бенчмаркинг конкурентов», но с учетом того, что русский язык неродной для соискателя, это не так существенно; кроме того, ни разу не упомянуты ни Коран, ни Сунна, а яркое подтверждение корней исламского банкинга именно там: «О те, которые уверовали! Бойтесь Аллаха и не берите оставшуюся часть лихвы, если только вы являетесь верующими» [Сура 2 «Аль-Бакара» (Корова) аят 278]. Тем не менее, автореферат свидетельствует о глубокой научной проработке поставленных цели и задач, характеризуется новизной авторского подхода, позволяет прирастить научное знание в области финансового маркетинга.

2. Голова Р.С. (ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», д.э.н., профессор). Отзыв положительный. Несмотря на глубину исследования, логичность построения его структуры и обоснованность положений научной новизны, следует отметить недостаточную экономическую обоснованность методических рекомендаций по совершенствованию процесса внедрения исламского

банкинга в маркетинговую деятельность российских финансовых организаций. В исследовании не приводятся расчеты затрат и окупаемости реализации стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг российских финансовых организаций, которые могли бы дополнительно обосновать практическую значимость результатов диссертации. Указанное замечание не снижает теоретическую и практическую ценность полученных результатов.

3. Егорова А.В. (Центральный банк Российской Федерации (Банк России), к.э.н., доцент). Отзыв положительный. Одним из недостатков следует отметить избыточное использование математических методов. Значительную часть автореферата (С. 17-19) занимает детальное описание модельных расчетов, предназначенных для решения вспомогательного вопроса о среднесрочных перспективах рынка исламского банкинга, причем дав развернутое описание расчетов (включая характеристику отвергнутых спецификаций модели), а своей интерпретации результатов моделирования, диссертант не приводит. Данный недостаток нельзя считать критическим. Для других фрагментов автореферата также характерна концентрация на отдельных анализируемых вопросах. Значимые аспекты исследуемой темы либо упомянуты парой слов (в частности, вопросы о налогообложении исламских финансовых продуктов или об учете санкционного давления при разработке стратегии исламского банкинга), либо вообще не охарактеризованы (прежде всего – вопросы о необходимых доработках российского банковского регулирования для эффективного функционирования модели исламского банкинга, о механизмах защиты прав потребителей исламских финансовых услуг).

4. Мхитаряна С.В. (ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», д.э.н.). Отзыв положительный. В качестве недостатков отмечено: следовало бы более подробно описать конкурентные преимущества от внедрения исламского банкинга в условиях санкционного давления; в экономических расчетах как правило используются полиномиальные тренды не выше 3-й степени; в исследовании следовало бы

представить экономическое обоснование внедрения исламского банкинга.

5. Панюковой В.В. (ФГАОУ ВО «Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации», к.э.н., доцент). Отзыв положительный. Отмечены замечания: 1) исследование было бы более репрезентативным, если бы были расширены географические рамки исследования за пределы Казани, была бы изучена специфика внедрения исламского банкинга в других регионах России; 2) не определены существующие ограничения по применению маркетинговых инструментов при продвижении исламских финансовых продуктов.

6. Токарева Б.Е. (ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», д.э.н.). Отзыв положительный. Отмечены замечания: 1) выражение: «внедрение стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций» должно быть представлено, как «внедрение маркетинга в исламский банкинг»; 2) не понятно, какое измерение содержит вертикальная ось на рисунке 3 автореферата; 3) на странице 8 диссертант ссылается на исследование, проведенное им в Казани в 2023 году. Однако по тексту не понятно, что было сделано, для чего и каковы результаты; 4) на рисунке 6 представлен алгоритм формирования стратегии маркетинга в исламском банке. Однако из него не следует, в чем состоят принципиальные особенности такого маркетинга, и не даны исчерпывающие пояснения на этот счет.

В процессе защиты соискателем даны исчерпывающие ответы и необходимые разъяснения на замечания, содержащиеся в полученных отзывах.

В результате публичного рассмотрения и защиты диссертации Хаддада Б. на тему «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций» диссертационный совет установил, что:

1. Соискатель ученой степени Хаддад Б. соответствует установленным требованиям, предъявляемым к соискателям ученой степени, как лицо, подготовившее диссертацию на соискание ученой степени кандидата наук при освоении программы подготовки научно-педагогических кадров в аспирантуре.

2. Название темы и содержание диссертации Хаддада Б. соответствуют научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг и отрасли науки – экономические науки, по которым проводится публичное рассмотрение и защита диссертации в диссертационном совете.

3. Соискатель ученой степени Хаддад Б. предложил значимое для науки и практики решение актуальной научной задачи, имеющее важное социально-экономическое значение – разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций, что позволит сформировать конкурентные преимущества и повысить социальную значимость российских финансовых организаций в условиях санкционного давления.

4. Соискатель ученой степени Хаддад Б. ввел в научный оборот следующие новые научные результаты:

теоретические:

– сформулированы и обоснованы теоретические принципы организации маркетинговой деятельности финансовых организаций в условиях внедрения исламского банкинга, а именно: халяльное инвестирование, законности и соблюдения исламских этических норм и правил поведения с точки зрения соблюдения шариата, отказа от долговой торговли, запрета маркетинговых операций, которые могут ущемлять права человека;

– сформирована авторская модель комплекса маркетинга исламского банкинга финансовых организаций 7P+1, расширяющая традиционную семикомпонентную модель добавлением инструментов шариатского надзора как элемента контроля за соблюдением принципов исламского надзора;

практические:

- разработан алгоритм формирования стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций;

- разработан практический подход к внедрению исламского банкинга в маркетинговую деятельность российских финансовых организаций в условиях ослабления санкционного давления;

- предложено внедрить показатель IFDI (Islamic Finance Development Index / Индекс развития исламских финансов) для мониторинга развития исламской финансовой системы по пяти основным направлениям: количественные показатели изменений, знания, управление, корпоративная социальная ответственность и осведомленность.

5. Диссертация Хаддада Б. на тему «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций» обладает внутренним единством, заключающемся в том, что материал изложен последовательно, соблюдена логика перехода от общего к частному: от исследования теоретических аспектов разработки маркетинговых стратегий на рынке банковских услуг, через анализ современного состояния и специфики разработки стратегий внедрения исламского банкинга на финансовом рынке, к предложению авторского алгоритма формирования стратегии исламского банкинга в маркетинговой деятельности финансовых организаций и разработке методических рекомендаций по его реализации.

6. Обоснованность положений и выводов диссертации Хаддада Б. на тему «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций» подтверждена следующими аргументами: полученные соискателем результаты не противоречат фундаментальным положениям и теоретическим основам стратегического маркетинга финансовых организаций, концептуальным принципам организации маркетинговой деятельности в рамках исламского банкинга, изложенным в трудах отечественных и зарубежных авторов, законодательным и нормативным актам по исследуемой проблематике, тенденциям развития рынка исламского банкинга, и подкрепляются результатами собственных эмпирических исследований автора.

Достоверность результатов, полученных Хаддадом Б., обусловлена логикой исследования, использованием действующей теоретико-методологической базы в сфере концептуальных постулатов современного маркетинга, основ стратегического, финансового и банковского маркетинга, управления комплексом маркетинга, методологических основ исламской банковской системы, корректной оценкой устойчивости развития глобальной исламской финансовой системы на основе математического моделирования.

7. Полученные результаты исследования Хаддада Б. докладывались и получили одобрение на российских и международных научных конференциях.

Результаты диссертационной работы использовались при подготовке отчета о научно-исследовательской работе по теме «Разработка концепции ответственного потребления в Российской Федерации как основы устойчивого развития» (Государственное задание, приказ Финуниверситета от 02.08.2022 № 1837/о).

В практической деятельности МРОО «Кремль» используются результаты диссертационного исследования при разработке дорожной карты внедрения принципов исламского банкинга дружественных Российской Федерации стран в инвестиционные проекты, реализуемые и продвигаемые финансовыми организациями на территории России. В частности применяются: теоретические принципы организации маркетинговой деятельности банков с учетом требований исламского банкинга, разработанные автором на основе изучения опыта исламских и не исламских стран дружественных Российской Федерации; авторская модель комплекса маркетинга исламского банкинга, заключающаяся в добавлении исламского шариата, как одной из составляющих комплекса маркетинга исламского банкинга; алгоритм последовательности и требования, предъявляемые к процедуре внедрения стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций. Указанные авторские разработки в будущем позволят повысить эффективность и результативность работы филиалов исламских банков и «исламских окон» на территории

Российской Федерации, повысить вовлеченность исламских финансовых институтов в инвестиционные проекты на российской территории и, как следствие, обеспечить диверсифицированность российской финансовой системы.

В рамках практической деятельности Посольства Сирийской Арабской Республики в Москве в целях повышения распространенности исламской финансовой системы на территории Российской Федерации за счет повышения эффективности маркетинговой стратегии финансовых организаций, а также с целью снижения эффективности санкционного давления, применяемого в отношении Российской Федерации, предложены результаты исследования нескольким зарубежным исламским банкам в качестве основы для разработки сетей из филиалов этих банков на территории Российской Федерации. В предложение входили: теоретические принципы организации маркетинговой деятельности банков с учетом требований исламского банкинга; авторская трактовка комплекса маркетинга финансовых организаций, соответствующая принципам исламского банкинга; алгоритм последовательности и требования, предъявляемые к процедуре внедрения стратегии исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций и методические рекомендации по внедрению исламского банкинга маркетинговую деятельность российских финансовых организаций.

Материалы диссертации использовались 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»).

8. Диссертация содержит сведения о личном вкладе Хаддада Б. в науку, который выразился в том, что:

– проведено исследование потребительского поведения на рынке исламского банкинга, изучен и обобщен опыт дружественных

Российской Федерации исламских и неисламских стран, выделены конкурентные преимущества российских финансовых организаций от внедрения исламского банкинга в условиях санкционного давления;

- сформированы требования к осуществлению процедур исламского банкинга на базе комплекса маркетинга финансовых организаций 7P+1;
- разработан на основе комплекса маркетинга 7P+1 алгоритм формирования маркетинговой стратегии финансовых организаций в соответствии с законами шариата и при осуществлении шариатского надзора;
- сформулированы основные положения внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовой организации.

9. Все материалы или отдельные результаты, заимствованные и использованные Хаддадом Б. из чужих текстов (работ), оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источников заимствования. Недобросовестные заимствования и некорректные самоцитирования отсутствуют.

Диссертационный совет отмечает, что лично Хаддадом Б. получены следующие результаты:

- предложено объединение трех видов существующих маркетинговых стратегий с целью эффективного внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций или банка в случае его внедрения маркетинговую деятельность финансовых организаций в неисламских странах, например, в Российской Федерации;
- определено отличие потребностей потенциальных клиентов исламского банкинга, более сконцентрированных на духовных и этических элементах при регулировании финансовых вопросов, от потенциальных клиентов традиционного банкинга, которые сконцентрированы на получении прибыли без интеграции в этот процесс духовных и этических понятий;
- обоснованы концептуальные принципы организации маркетинговой деятельности исламского банкинга;
- разработана трактовка комплекса маркетинга исходя из специфики исламского банкинга;

- на основе анализа опыта реализации маркетинговых стратегий исламского банкинга за рубежом, а также в Российской Федерации, выявлены особенности реализации комплекса маркетинга финансовых организаций в условиях внедрения исламского банкинга;

- разработан подробный алгоритм внедрения стратегии исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций и даны рекомендации по его реализации.

10. Основные научные результаты диссертации опубликованы в пяти научных работах в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России в качестве обязательных по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг, а также в двух научных работах, опубликованных в других научных изданиях. Две научные работы опубликованы Хаддадом Б. совместно с научным руководителем Рожковым И.В. (личный вклад 0,68 п.л. из 1,36 п.л.); одна работа в соавторстве с Веретихиной С.В. (личный вклад 0,25 п.л. из 0,49 п.л.). Результаты, отраженные в этих работах и выносимые на защиту, принадлежат лично Хаддаду Б. (справки о разделении авторского вклада представлены в аттестационном деле соискателя). Все положения диссертации отражены в публикациях, неопубликованные научные результаты защищенной диссертации отсутствуют.

11. Соискатель ученой степени Хаддад Б. в ходе работы над диссертацией и ее публичной защиты показал себя как исследователь, способный к самостоятельной научной деятельности: проявил необходимые общие теоретические знания по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (экономические науки); овладел общенаучными принципами, логикой и методологией научного познания; проявил умение аргументировано излагать материал и отстаивать свою авторскую позицию; доказал наличие квалификационных способностей к дальнейшей научной деятельности в решении новых научных задач экономической отрасли науки по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг.

На заседании 25 июня 2025 г. диссертационный совет Финансового университета Д 505.001.104 принял решение присудить Хаддаду Башару ученую степень кандидата экономических наук.

При проведении тайного голосования диссертационный совет Финансового университета Д 505.001.104 в количестве 11 человек, из них 6 докторов наук по профилю (специализации) научной специальности рассматриваемой диссертации, участвовавших в заседании, из 11 человек, входящих в состав совета, проголосовали: за присуждение ученой степени – 11, против присуждения ученой степени – нет, недействительных бюллетеней – нет.

Председатель диссертационного совета
Финансового университета Д 505.001.104,
доктор экономических наук, доцент

Е.В. Васильева

Ученый секретарь диссертационного совета
Финансового университета Д 505.001.104,
доктор экономических наук, профессор

 И.А. Меркулина

25.06.2025