ОТЗЫВ

члена диссертационного совета Финансового университета Д 505.001.104, **д.э.н., профессора Трегуб Илоны Владимировны** (профиль научной специальности «Развитие элементов комплекса маркетинга») на диссертацию **Хаддада Башара** на тему «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организации», представленную на соискание учёной степени кандидата наук по научным специальностям 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг

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

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

Полагаю возможным допустить соискателя учёной степени к защите диссертации.

Отмечаю, что:

1) Соискатель учёной степени Хаддад Башар предложил значимые для науки положения, заключающиеся в развитии классической маркетинговой теории в рамках исламского банкинга финансовых организаций. Теоретико-методологические положения диссертации Хаддада могут быть применены в практической деятельности финансовых организаций на розничном банковском рынке.

2) соискатель учёной степени Хаддад Башар ввел в научный оборот следующие новые научные результаты: модель комплекса маркетинга исламского банкинга, заключающаяся в добавлении инструментов исламского шариата к уже известной модели М. Битнер в качестве одной из составляющих

комплекса маркетинга исламского банкинга; алгоритм последовательности и требования, предъявляемые к процедуре внедрения стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций;

3) диссертация «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организации» обладает внутренним единством, основанном на использовании аналитического и системного подходов к изучению объекта исследования, содержит новые научные результаты и положения, обоснованные применением современного маркетингового математического инструментария.

4) обоснованность положений и выводов диссертации «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организации» подтверждена применением методов маркетинговых исследований, анализа и синтеза, методы анкетного опроса.

5) Результаты диссертации «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организации» могут найти практическое применение в деятельности финансовых организаций исламских стран, поскольку подтверждены следующими аргументами: вынесенные на защиту положения научной новизны можно интерпретировать как дальнейшее развитие теории и практики маркетинга и информационных систем и систем поддержки принятия решений для повышения эффективности управления в условиях продолжающегося развития интеграционных процессов и цифровизации.

6) 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.

7) все материалы или отдельные результаты, заимствованные Хаддадом Башаром из чужих работ, оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источника заимствования. Хаддад Башар указал, что лично им получены следующие результаты:

- Обоснованы теоретические принципы организации маркетинговой деятельности банков с учетом требований исламского банкинга в отличие от применения традиционной банковской системы в условиях санкционного давления на основе изучения опыта исламских и неисламских стран, дружественных Российской Федерации. К основным принципам и требованиям можно отнести: принцип реализации халяльной выгоды, принцип законности, принцип соблюдения исламских этических норм и правил поведения, принцип отказа от долговой торговли, принцип запрета маркетинговых операций, затрагивающих нарушение прав человека (С. 59-70).
- Предложена трактовка комплекса маркетинга финансовых организаций, соответствующая принципам исламского банкинга. В соответствии с нормами шариата уточнены традиционные компоненты комплекса маркетинга услуг по модели М. Битнера. Предложена авторская модель комплекса маркетинга исламского банкинга, заключающаяся в добавлении инструментов исламского шариата как одной из составляющих комплекса маркетинга исламского банкинга (С. 92-98).
- Предложен алгоритм последовательности и требования, предъявляемые к процедуре внедрения стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций на основе исследования потребительского поведения на рынке исламского банкинга, проведенного автором в г. Казань в течение февраля-марта 2023 г. Алгоритм позволяет сформировать конкурентные преимущества Российских финансовых организаций в условиях санкционного давления, учитывая опыт дружественных Российской Федерации исламских и неисламских стран (С. 159-172).
- Разработаны методические рекомендации по совершенствованию процесса внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность Российских финансовых организаций, повышающие результативность их

управленческих и маркетинговых решений в условиях санкционного давления (С. 172-180).

8) Основные научные результаты исследования опубликованы в семи научных статьях 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.

Вместе с тем по работе имеется ряд замечаний:

– Следует обратить внимание на опечатку в названии диссертации на титульном листе автореферата, присланного для изучения членам диссертационного совета.

– При обосновании теоретических принципов организации маркетинговой деятельности банков с учетом требований исламского банкинга не раскрыто каким именно образом реализуется принцип халяльной выгоды, основанный на законах шариата (стр.67).

– При обосновании пункта научной новизны не указано какие именно ключевые факторы анализирует IFDI, какова шкала его изменения, какие правила его анализа (стр.74).

– Некорректное применение теории фрактального анализа к изучению динамики индикатора IFDI. Термин фрактал означает самоподобие, проявляющееся в том, что при увеличении масштаба (например, масштабирование линейной части графика цен на финансовом рынке при переходе от масштаба 1 день к масштабу 1 час) структура объекта не упрощается, то есть на всех шкалах можно увидеть одинаково сложную схожую картину. Объект должен обладать дробной метрической размерностью или метрической размерностью, превосходящей топологическую размерность. Многие объекты в природе обладают свойствами фрактала, например: облака, кроны деревьев, снежинки. Но тренды финансовых не являются фрактальными структурами. (стр.77 и далее)

– Ошибочные суждения и выводы о способах построения тренда временного ряда и анализе полученных результатов. Нет ссылок ни на один

источник, на основании которого автор сделал расчеты и выводы по уравнениям, содержащимся в таблице 2.2 (стр.80)

– Требует пояснение утверждение автора: «*Допустим, что, с большей долей вероятности (0,9924) можно предположить, что найденные значения отображают реальное состояние*». Требуется пояснение автора как получена данное числовое значение вероятности? Является ли результат статистически значимым? Какие статистические тесты были проведены для подтверждения или опровержение данной гипотезы? (стр.80)

– При построении прогнозов на 2023, 2024 гг. была ли посчитана их ошибка?

– Как проверялась адекватность моделей трендов?

– Некорректная запись математических уравнений для полиномов n-ой степени на стр.80-81

– Утверждение автора «*Из рисунка 2.3 видно, что с наибольшей достоверностью можно сказать, что линия тренда имеет нисходящую динамику*» требует обоснования с применением современного инструментария математической статистики. (стр.81)

– Непонятно для чего автором была проведена оценка персистентности ряда с применением коэффициента Херста, какие маркетинговые выводы автор сделал на основе полученных результатов и как это можно использовать на практике.

Представленная к защите диссертация, полагаю, соответствует заявленным научным специальностям и может быть допущена к защите.

д.э.н., проф. Трегуб Илона Владимировна

«22» мая 2025 г.

Нач
научных

итета
хова

«22»