

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)

Актуальность темы диссертации не вызывает сомнений. В современных условиях ускоренной цифровой трансформации банковского сектора особое значение приобретает исследование процессов формирования и развития банковских экосистем. Расширение платформенных моделей обслуживания, развитие цифровых каналов взаимодействия с потребителями и усиление конкуренции на рынке банковских и небанковских сервисов обуславливают актуальность применения маркетинговых технологий. При этом проблематика маркетингового обеспечения конкурентоспособности именно банковских экосистем, а не отдельных банковских продуктов, остается не в полной мере проработанной как в теоретическом, так и в методическом плане. В связи с этим тема диссертационного исследования Мальцева Г.А. является актуальной и имеет научно-практическое значение.

Представленный автореферат свидетельствует, что автор предлагает системное решение данной проблемы, что подтверждает его научную и практическую значимость.

Автореферат дает возможность сделать вывод, что диссертационная работа обладает четкой логической структурой и содержит самостоятельные научные результаты.

В автореферате автор раскрывает ключевые положения, выносимые на защиту. Уточнены содержание понятий «банковская экосистема» и «маркетинг банковских экосистем», а также выявлены особенности использования маркетинговых технологий в формировании банковских экосистем. Обоснованы принципы достижения синергетического эффекта в банковских экосистемах с учетом функций маркетинга. Автор не ограничивается декларацией принципов, а увязывает их с этапами формирования и развития банковской экосистемы, что безусловно усиливает прикладную значимость работы.

Разработана модель маркетингового управления конкурентоспособностью банковских экосистем, которая в отличие от существующих подходов, концентрирует внимание не только на внешней интеграции партнеров, но и на необходимости развития внутреннего маркетингового потенциала экосистемы. Такой подход безусловно должен усиливать конкурентные позиции всей экосистемы.

Разработанные автором методические рекомендации по совершенствованию маркетингового обеспечения конкурентоспособности экосистем делают работу востребованной для практического применения российскими банками, что подтверждается внедрением методических разработок автора в деятельность таких банков, как Банк ВТБ (ПАО), ПАО Сбербанк.

Следует положительно оценить использование автором широкого спектра методов, включая системный и структурный анализ, а также корреляционный и регрессионный анализ, полиномиальное моделирование. Представленные в автореферате результаты прогнозирования динамики экосистемных сервисов с использованием полинома 6-й степени свидетельствует о высоком уровне эмпирической обоснованности выводов.

Апробация результатов работы является достаточно

представительной: результаты работы докладывались на 10 научно-практических конференциях, основные положения отражены в 7 научных публикациях, опубликованных в рецензируемых научных изданиях, что в свою очередь подтверждает научную зрелость соискателя.

В то же время, ознакомившись с содержанием автореферата можно сделать следующие замечания и вопросы дискуссионного характера:

1. Недостаточная операционализация понятия «внутренний маркетинговый потенциал». В автореферате на страницах 20-21 автор перечисляет элементы внутреннего маркетингового потенциала (ресурсная обеспеченность, функциональные возможности и т.д.), но не предлагает конкретной системы показателей для его количественной оценки. Из представленного текста осталось неясным, каким образом предлагаемые корреляционно-регрессионные модели (табл. 4-5) охватывают все перечисленные составляющие или же ограничиваются только маркетинговыми затратами и их влиянием на прибыль. Возможно, это подробнее изложено в тексте диссертации.

2. Автор справедливо определяет банковскую экосистему как кооперацию банковских и небанковских организаций (с.4, 11), но в то же время в предложенной модели маркетингового управления на рисунке 4 и алгоритме на рисунке 5 осталось неясным, как учитываются маркетинговые интересы партнеров, например, технологических компаний, поставщиков услуг и т.д., особенно в случае конфликта их брендовых и маркетинговых стратегий. Более детальное описание механизма согласования маркетинговых стратегий внутри экосистемы усилило бы ценность работы.

Высказанные замечания не снижают общего высокого научного уровня диссертационного исследования и не ставят под сомнение обоснованность его основных положений. Они скорее носят характер

рекомендаций по дальнейшему развитию темы и могут быть учтены в дальнейших исследованиях автора.

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, Лукина Анастасия Владимировна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Заведующий кафедрой маркетинга
Федерального государственного
автономного образовательного учреждения
высшего образования «Российский университет
дружбы народов имени Патриса Лумумбы»,
д.э.н., доцент

Лукина Анастасия Владимировна

Подпись Лукиной А.В. заверяю:
Ученый секретарь ученого совета экономического факультета РУДН
Норбоева Е.Ц.

« 16 » 04 20 26 г.

117198, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая д. 6
телефон: +7 (495) 787-38-03 добавочный 1349
e-mail: lukina-anvl@rudn.ru