

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  
Хаддада Башара  
на тему «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга  
в маркетинг финансовых организаций»,  
представленной на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук по специальности  
5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг

Работа Хаддада Башара, посвященная поиску решений о внедрении маркетинга в концепцию исламского банкинга, является по-своему уникальной. Идея автора состоит в том, чтобы соединить то, что в некоторых аспектах противоречит одно другому. Эти противоречия состоят в попытке интегрировать банковскую деятельность, соответствующую нормам шариата, в которых имеются принципиальные ограничения на некоторые традиционные виды деятельности, с современным представлением маркетинга, в основе которого находятся методы социальной и психологической инженерии, оперирующей потребностями, ценностными ориентирами и категорией выгоды покупателей. Важной отличительной характеристикой является то, что исламский банкинг содержит ряд запретов и ограничений, определяемых нормами культурно-этическими и религиозными, в результате чего такой банкинг вынужден отказываться от проведения некоторых традиционных банковских операций, описанных автором в автореферате. Например, наиболее востребованные услуги современных банков – кредит с выплатой процентов заемодателю, в шариате запрещены, также как инвестирование в рисковые и харам-рынки, ограничения по проведению ряда финансовых операций – имеют строгий запрет в исламском банкинге. В таких ограничениях маркетинг должен искать пути решения финансовых проблем как потребителя, так и банка.

Представленные результаты исследования Хаддада Башара вполне актуальны. Тем более, учитывая ряд реализованных мероприятий и принятого в РФ закона о проведении с 1 февраля 2023 года эксперимента длительностью в два года по внедрению исламского банкинга в отдельных регионах. Как показано в данной работе количество банков, придерживающихся норм ислама, во всем мире растет.

Целью исследования является разработка рекомендаций по внедрению маркетинговых принципов в работу исламского банкинга. Автор сформулировал задачи, которые решены в представленном исследовании, а именно:

- Обоснована теоретико-методологической база традиционной деятельности банков с учетом требований исламского банкинга;
- Сформулированы требования по реализации маркетинговой деятельности в исламском банкинге;
- Проведен анализ ретроспективы и практики применения маркетинга в исламском банкинге;
- Определены стратегии внедрения маркетинга в исламский банкинг.

Соискатель показал свои возможности в постановке, реализации и анализе результатов научного исследования, используя общенаучные методы теоретического и эмпирического познания.

Научная новизна исследования состоит в формировании комплекса теоретических положений и практических рекомендаций по разработке стратегий внедрения комплексных маркетинговых решений, которые не противоречат основам исламского банкинга.

В автореферате сформулированы авторские положения, выносимые на защиту. В рамках объема автореферата приведены обоснования найденных решений по этим положениям.

Практическая и теоретическая значимость представленных результатов исследования подтверждается научными статьями, опубликованными в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией, а также итогами внедрений полученных результатов.

Наряду с достижениями исследований Хаддада Башара, необходимо отметить недостатки, имеющиеся в автореферате:

1. В автореферате неоднократно встречается выражение «внедрение стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций», в то время как она, на наш взгляд, должна быть представлена следующим образом «внедрение маркетинга в исламский банкинг».

2. Не понятно, какое измерение содержит вертикальная ось на рисунке 3.

3. На стр. 8 автореферата автор 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 банкинге. Однако из него не следует, в чем состоят принципиальные особенности такого маркетинга, а в тексте автореферата не даны исчерпывающие пояснения на этот счет.

В целом автореферат характеризует исследование Хаддада Башара научным подходом, отвечает поставленной цели и задачам исследования.

Предлагаемое к защите исследование Хаддада Башара обладает научной новизной, теоретической и практической значимостью, является завершенным научным исследованием, соответствует требованиям Положения о присуждении ученых степеней, утвержденного Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 №842, а её автор, Хаддад Башар, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг

Доктор экономических наук,  
профессор кафедры маркетинга  
Государственного университета управления

Токарев Борис Евгеньевич

Контактная информация:  
Государственный университет управления  
Тел.: 8 (495) 377-16-29  
e-mail: be\_tokarev@guu.ru  
Адрес: 109542, Москва, Рязанский проспект, д.99  
«ЭВ» апреля 2025 г.

Подпись Б.Е. Токарева заверяю

Зас. науч. совета Министерства образования и науки)

2

2