

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)*

Диссертационное исследование Мальцева Г.А. является актуальным и обусловлено усилением конкуренции в банковском секторе, развитием цифровых платформ и распространением экосистемных бизнес-моделей, формируя банками комплексные предложения и объединяя финансовые и нефинансовые продукты. В этих условиях повышается значение маркетинговых технологий, обеспечивающих взаимодействие банков-архитекторов, экосистемных партнеров и потребителей, а также способствующих формированию потребительской ценности и устойчивых конкурентных преимуществ.

В автореферате показано, что достижение поставленной цели обеспечивается через решение основных задач: выявление особенностей использования маркетинговых технологий, обоснование принципов достижения синергии, разработку модели маркетингового управления конкурентоспособностью, алгоритма совершенствования внутреннего маркетингового потенциала и методических рекомендаций по развитию маркетингового обеспечения банковских экосистем.

Содержание автореферата позволяет сделать вывод о логичности и последовательности проведенного исследования. Автор раскрывает банковскую экосистему как инновационную бизнес-модель, основанную на кооперации банковских и небанковских организаций, использовании цифровых платформ и формировании долгосрочных взаимоотношений между участниками. Такой подход позволяет рассматривать конкурентоспособность банковских экосистем не только через ресурсные и технологические параметры, но и через качество маркетингового взаимодействия.

Отдельный интерес представляет обоснование роли внутреннего маркетингового потенциала банковских экосистем. Автор относит к нему ресурсную обеспеченность маркетинговой деятельности, функциональные возможности формирования экосистемного предложения, уровень маркетинговых компетенций участников и состояние организационно-технологической инфраструктуры. Данные положения имеют научное значение, поскольку позволяют связать конкурентоспособность банковской

экосистемы с внутренними условиями реализации маркетинговых технологий.

Внимания заслуживают разработанный автором алгоритм совершенствования внутреннего маркетингового потенциала и методические рекомендации по развитию маркетингового обеспечения банковских экосистем. В автореферате алгоритм, который имеет практическое значение, представлен на рисунке 5. Он включает оценку внутреннего потенциала банков-архитекторов и экосистемных партнеров, продвижение экосистемных продуктов и цифровых платформ, а также развитие управленческого взаимодействия между участниками банковских экосистем. Представленный алгоритм может быть использован при совершенствовании маркетинговых стратегий российских банков и повышении конкурентоспособности их экосистемных сервисов. Алгоритм разработан по результатам исследования. В целях проведения оценки внутреннего маркетингового потенциала АО «ТБанк» автором был проведен корреляционно-регрессионный анализ для выявления эффективности маркетинговых затрат с учетом факторов маркетинговой среды. На рисунке 6 в автореферате представлены методические рекомендации, которые в отличие от существующих подходов к совершенствованию маркетингового обеспечения банковских экосистем предполагают внедрение в маркетинговую стратегию российских банков принципов достижения синергии банковских экосистем с учетом функций маркетинга и выявленных ключевых особенностей использования маркетинговых технологий и инструментов. Следует отметить прикладной характер разработанных методических рекомендаций. Указанные рекомендации представляют интерес для банковских организаций, реализующих экосистемный подход в условиях цифровой трансформации.

Результаты исследования являются достоверными и подтверждаются проведенными расчетами на материалах российских банковских экосистем, апробацией результатов на научно-практических конференциях и публикациями основных положений диссертации в рецензируемых научных изданиях.

На наш взгляд, в автореферате не достаточно полно раскрыто распределение ролей банка-архитектора и экосистемных партнеров при реализации модели маркетингового управления и предложенного алгоритма совершенствования внутреннего маркетингового потенциала. Данное уточнение не влияет на высокую научную и практическую значимость проведенного Мальцевым Г.А. исследования.

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, Земляк Светлана Васильевна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Директор Смоленского филиала
Финуниверситета,
д.э.н., профессор

« 17 » 07 2026 г.

Земляк Светлана Васильевна

Адрес места работы (почтовый индекс, адрес):

214018, г. Смоленск, просп. Гагарина, д. 22

телефон: 8(4812)35-88-99

e-mail: svzemlyak@fa.ru

Ф	ет
В	л.
«	г.

Log

у	в
---	---



Гба