

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

Диссертационное исследование Башара Хаддада посвящено относительно новому для российского финансового рынка направлению – исламскому банкингу. Лишь с 1 сентября 2023 года Центральный банк России запустил пилотный проект по исламскому (партнерскому) банкингу в Чечне, Дагестане, Башкортостане и Татарстане. Важность этой специфической формы банкинга несомненно растет, поскольку в силу геополитической напряженности Российская Федерация все более активно развивает экономическое сотрудничество с дружественными странами Ближнего Востока, Юго-Восточной Азии, Африки. Поскольку большинство этих стран отличается преобладанием мусульманского населения и, следовательно, следует предписаниям Корана и Сунны, нормам и законам шариата, в том числе в сфере финансово-экономических отношений. Тенденции последних лет показывают повышение популярности исламских финансовых инструментов во всем мире, что показывает его несомненную связь с ESG-повесткой (в частности, импакт-инвестирование). В этой связи возникает необходимость развития в нашей стране финансовых институтов и регламентов их работы, удовлетворяющим этическим требованиям ислама и способствующим экономическому сотрудничеству между Российской Федерацией и зарубежными партнерами. Кроме того, Российская Федерация, как многонациональная страна, имеет значительную долю населения, исповедующего ислам. Внедрение исламского банкинга в деятельность российских финансовых организаций позволит обеспечить финансовую инклюзию и предложение таким

потребителям финансовых продуктов, удовлетворяющим их духовно-нравственным требованиям. Таким образом, тема диссертационного исследования Башара Хаддада, посвященная разработке стратегии внедрения принципов исламского банкинга в практику маркетинга финансовых организаций, является актуальной и имеет важное социально-экономическое значение.

В качестве цели исследования автор определяет разработку рекомендаций по внедрению стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций. К поставленным в ходе исследования задачам, судя по тексту представленного автореферата (с. 6), относятся:

1. Комплексно обосновать, систематизировать и обобщить теоретико-методологическую базу традиционной маркетинговой деятельности банков с учетом требований исламского банкинга в условиях санкционного давления.
2. Сформулировать принципы и требования, предъявляемые к процедуре внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций в современных условиях.
3. Проанализировать опыт применения маркетинговых стратегий исламского банкинга в деятельности финансовых организаций (прежде всего, банков) на розничном (потребительском) рынке исламских и неисламских стран, дружественных Российской Федерации.
4. Сформировать стратегию внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовой организации и представить ее алгоритм.
5. Разработать методические рекомендации по совершенствованию процесса внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций исламских и неисламских стран, дружественных Российской Федерации.

Научная новизна исследования (с. 7 а/р) заключается в формировании комплекса теоретических положений и практических рекомендаций по разработке стратегий внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций, действующих на российском розничном (потребительском) рынке банковских услуг, где выделяются (с. 8 а/р) следующие положения научной новизны, выносимые на защиту:

1. Обоснованы теоретические принципы организации маркетинговой деятельности банков с учетом требований исламского банкинга.
2. Предложена авторская трактовка комплекса маркетинга финансовых организаций, соответствующая принципам исламского банкинга. Определена необходимость расширения

семикомпонентного комплекса маркетинга в сторону добавления шариатского надзора

3. Предложен алгоритм последовательности внедрения стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций.
4. Разработаны методические рекомендации по внедрению исламского банкинга в маркетинговую деятельность российских финансовых организаций. Причем соискателем искомой степени использована экономико-математическая модель, позволившая разработать названные выше методические рекомендации

Теоретическая значимость диссертационного исследования заключается в развитии теории маркетинга с учетом этических, культурных и религиозных традиций ислама. Практическая значимость определяется возможностью применения рекомендаций автора для развития исламского банкинга на территории Российской Федерации. Результаты диссертации прошли необходимую апробацию (7 публикаций, где авторский вклад составил 2,48 п.л. – с. 26 а/р).

Наряду с отмечаемыми положительными сторонами диссертационного исследования Башара Хаддада необходимо отметить и отдельные недостатки:

1. В автореферате подробно не раскрывается значение и предполагаемые результаты внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций в условиях санкций.
2. Недостаточно раскрыт тезис о том, что «шариат» является ключевым элементом, «связывающим все остальные элементы комплекса маркетинга исламского банкинга».
3. В предлагаемом на рисунке 6 (с. 22 а/р) 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 (т.к. самый первый исламский банк Бадр-Форте существовал в период 1991-2006 гг.) новое и пока мало распространенное, не ясно, каких конкурентов предлагает исследовать автор.
4. Корректнее было бы написать под рис. 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.
5. Кроме того, в а/р вообще 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. Корова, 278-й аят.]

Тем не менее, несмотря на замечания, представленный автореферат свидетельствует о глубокой научной проработке поставленных цели и задач, характеризуется новизной авторского подхода, позволяет прирастить научное знание в области финансового маркетинга.

Можно заключить, что диссертационное исследование **Башара Хаддада** на тему **«Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций»**, 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.

Кандидат экономических наук,
доцент кафедры мировой экономики и
международных экономических отношений
Санкт-Петербургского государственного
экономического университета

15

Воронин М.С.

Контактная информация:

Санкт-Петербургский государственный
экономический университет

Тел.: 8 9046473306 (Воронин Михаил Сергеевич)

Тел.: 4589764 (кафедра мировой экономики и
международных экономических отношений)

e-mail: voroninms@mail.ru

Адрес: Россия, 191023, город Санкт-Петербург,

наб. канала Грибоедова, д. 30-32,

литер А, кафедра мировой экономики и

международных экономических отношений

(аудитория 2094)

«12» мая 2025 г.

Под
Нач
СПБ

«12»

Ф
В
«

у

юва
г.