

## ОТЗЫВ

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

Хаддад Башар представил диссертацию на тему: «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций» на соискание учёной степени кандидата наук к публичному рассмотрению и защите по научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (профиль «Управление маркетинговой деятельностью»).

Содержание диссертации полностью соответствует паспорту научной специальности 10.2. «Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности» и 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.

Полагаю возможным допустить соискателя учёной степени к защите диссертации.

Отмечаю, что:

1) соискатель учёной степени Хаддад Башар предложил значимые для науки и практики научные положения о применении комплекса теоретических положений и практических рекомендаций к формированию и разработке стратегий внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций, которые оказывают услуги на российском розничном банковском рынке. Авторские исследования в части научной проработки организации

рейтинговой деятельности при оценке маркетинговых инструментов исламского банкинга обладают несомненной научной новизной. Адаптация инструментов традиционного комплекса маркетинга в соответствии с требованиями исламского банкинга имеет важное научно-практическое значение, поскольку в разных странах существуют свои требования и необходима адаптация банковских продуктов и процессов к местным условиям. Разработка механизма внедрения стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций в условиях санкционного давления требует комплексного подхода, учитывающего особенности исламской финансовой системы, современные вызовы и ограничения, что подчеркивает важность научных исследований автора диссертации.

2) Соискатель учёной степени Хаддад Башар ввёл в научный оборот следующие новые научные результаты:

- исследованы теоретические основы организации маркетинговой деятельности банков с учетом требований исламского банкинга в сравнении с традиционной банковской системой и на основе обобщенного опыта ведения банковской деятельности в исламских и неисламских странах, имеющих высокую лояльность к Российской Федерации, выделены важнейшие принципы исламского банкинга;

- разработана авторская модель комплекса маркетинга исламского банкинга, в которую введены инструменты исламского шариата, выступающие основными составляющими составляющих комплекса маркетинга исламского банкинга;

- представлена уточненная компоновка комплекса маркетинга услуг по модели М. Битнера, разработанная в соответствии с нормами шариата и соответствующая принципам исламского банкинга;

- разработаны основные компоненты процедуры внедрения стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций, включающие алгоритм их последовательности и предъявляемые требования;

– сформулированы предложения по совершенствованию процесса внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность Российских финансовых организаций, повышающие результативность их управленческих и маркетинговых решений в условиях санкционного давления.

3) Диссертация «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций» обладает внутренним единством, основанном на использовании в процессе исследования общенаучных методов, экономико-математических методов, маркетинговых исследований, сравнительного анализа и синтеза, систематизации, аналогии, формализации, системного подхода, использования статистических данных из открытых источников, по международным рейтингам исламского банкинга IFDI, методов анкетного опроса, интервьюирования, экспертных оценок, построения трендов.

4) Обоснованность положений и выводов диссертации «Разработка стратегии внедрения исламского банкинга в маркетинг финансовых организаций» подтверждена следующими аргументами: принципы организации маркетинговой деятельности банков с учетом требований исламского банкинга позволяют дать авторскую трактовку комплекса маркетинга финансовых организаций; 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, позволяют сформировать конкурентные преимущества российских финансовых организаций в условиях санкционного давления; методические рекомендации по совершенствованию процесса внедрения исламского банкинга в маркетинговую деятельность Российских финансовых организаций повышают результативность их управленческих и маркетинговых решений в условиях санкционного давления.

5) Результаты диссертации Хаддада Башара могут найти практическое применение в российских финансовых организациях, работающих на розничном

банковском рынке, они будут направлены на формирование конкурентных преимуществ и повышение социальной значимости в условиях санкций.

Достоверность выносимых на защиту положений и результатов исследования опирается на выверенную логику исследования, использование надежных методов и алгоритмов решения исходных задач, достоверность исходных данных и подтверждается использованием результатов в практической деятельности.

Самостоятельную практическую значимость имеет разработанный автором метод формирования дорожной карты внедрения принципов исламского банкинга дружественных Российской Федерации стран в инвестиционные проекты, реализуемые и продвигаемые финансовыми организациями на территории России; авторская технология добавления исламского шариата в комплекс маркетинга исламского банкинга; структура внедрения стратегий исламского банкинга в маркетинговую деятельность финансовых организаций, позволяющая повысить эффективность и результативность работы организаций исламского банкинга на территории Российской Федерации, а также активировать вовлеченность исламских финансовых институтов в инвестиционные проекты на российской территории, что позволит в определенной степени диверсифицированность российской финансовой системы.

Материалы диссертационного исследования использовались Департаментом логистики и маркетинга Факультета экономики бизнеса Финансового университета в преподавании дисциплин «Управление маркетингом» для студентов бакалавриата (направление 38.03.02 – Менеджмент, профиль «Маркетинг») и «Информационное обеспечение маркетинговой деятельности компании» для студентов магистратуры (направление 38.04.02 – Менеджмент, направленность программы магистратуры «Финансовый маркетинг»).

б) Диссертация содержит сведения о личном вкладе Хаддада Башара, который выразился 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, что позволит повысить результативность управленческих и маркетинговых решений российских финансовых организаций путем формирования конкурентных преимуществ в условиях санкционного давления.

7) все материалы или отдельные результаты, заимствованные Башаром Хаддадом из текстов чужих работ, оформлены в тексте диссертации надлежащим образом с указанием источника заимствования.

8) Основные положения и результаты диссертации отражены в 7 работах 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.) в рецензируемых научных изданиях, определенных ВАК при Минобрнауки России по научной специальности 5.2.3.

Исходя из изложенного, полагаю, что представленная к защите диссертация соответствует заявленной научной специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика: маркетинг (профиль «Управление маркетинговой деятельностью») и установленным критериям и требованиям, и может быть допущена к защите.

  
Меркулина Ирина Анатольевна,

доктор экономических наук, профессор

22.05.2025 г.





И  
Ирине Анатольевне  
Меркулиной  
г.

И  
Л  
Б