

УТВЕРЖДАЮ

Ректор ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»
д.э.н., проф. Макаренко Е.Н.

"30" августа 2022 г.



ОТЗЫВ

ведущей организации на диссертационную работу
Кустовой Екатерины Михайловны

на тему «Развитие аналитического инструментария внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса» представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика

Актуальность темы исследования. В динамично развивающихся условиях функционирование коммерческих организаций напрямую связано с построением эффективных взаимоотношений с различными потребителями брендовой продукции. Теснота связи зависит от доверия потребителя к тому или иному бренду. Формирование доверия одна из стратегических задач организации, которая требует большого уровня различного рода затрат на создание, реализацию и дальнейшее продвижение бренда. В этих условиях значительно расширяется сфера внутреннего контроля. На один уровень с финансовым контролем выходит контроль эффективности брендового бизнеса, который является важным направлением внутреннего контроля деятельности экономических субъектов различных форм собственности.

Методы и методики эффективности получили достаточное развитие в государственном финансовом контроле, уже воплотившись в системы международных и национальных стандартов. Однако они мало адаптировались к специфике коммерческой деятельности экономических субъектов и, в частности, к брендовому бизнесу. Поэтому развитие аналитического инструментария внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса следует считать актуальной темой диссертации, востребованной как в настоящее время, так и в обозримом будущем.

Основные результаты исследования их новизна.

Представленные в диссертационном исследовании теоретические и методические подходы, выводы и практические рекомендации опираются на исследование отеч-

чественных и зарубежных специалистов в области экономического анализа, контроля и аудита эффективности. Построение выводов и обобщений теоретических положений применения аналитического инструментария во внутреннем контроле эффективности проводится с применением таких общенаучных методов, как анализ и синтез, исторический и логический подходы, моделирование, формализация, сравнение. Примерами теоретико-аналитической работы автора является уточнение содержания бренда продукта, бренда организации, брендового бизнеса, брендинга как объекта контроля (п. 1.1), содержание аналитических процедур во внутреннем контроле эффективности брендового бизнеса (п. 1.3)

Результаты исследования свидетельствуют, что автором привлекался обширный практический материал, собранный как в отношении объекта исследования, так и дающий обобщенные характеристики множества экономических субъектов на уровне статистических моделей с распределенным лагом для оценки взаимосвязи объема продаж новинок, затрат на маркетинговые исследования и анализ рынка. Практические данные использовались в диссертации для подтверждения адекватности исходных допущений и предпосылок и работоспособности разработанных автором моделей (п. 3.1 и 3.2)

Итоги проведенного диссертационного исследования являются достоверными. Они представлены в положениях, выносимых на защиту, обоснованы в тексте работы, подкреплены ссылками на авторитетные источники, среди которых действующие нормативно-правовые акты, статистические данные, труды отечественных и зарубежных ученых, таким образом достоверность результатов исследования обоснована достаточным объемом эмпирического материала. Необходимость формирования целостного научно обоснованного мировоззрения по вопросам организационного, информационного и методического обеспечения применения аналитического инструментария по внутреннем контроле эффективности брендового бизнеса носит объективный характер, обусловлена потребностями российской экономики в целом и экономическими субъектами существенного повышения эффективности их деятельности.

Исходя из вышеизложенного тематика диссертационного исследования Кустовой Екатерины Михайловны является актуальной, а рекомендации и полученные результаты диссертации имеют непосредственное практическое применение аналитического инструментария во внутреннем контроле эффективности деятельности организаций.

Достоверность и обоснованность выносимых на защиту практических положений и рекомендаций подтверждается на объекте исследования – Группа компаний «ЭФКО», внедрением в учебный процесс ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет», а также публикацией в рецензируемых научных изданиях, включенных в перечень ВАК РФ.

Обоснованность научных положений и рекомендаций, сформулированных в диссертации Е.М. Кустовой подтверждена доказанностью выводов и заключений, сформулированных автором. Анализируя содержание диссертации и автореферата, можно отметить достаточно полное научно-теоретическое обоснование предлагаемых решений проблем, имеющих место в деятельности организаций. Данный вывод опирается на результаты сопоставления авторских данных и результатов, полученных другими исследователями по рассматриваемой тематике, перечисленных в разделе «Степень научной разработанности проблемы», библиографическом списке и используемых автором при написании диссертационной работы.

Анализ основных положений работы, выносимых на защиту в качестве результатов исследования, позволил сделать вывод об их актуальности, обоснованности и научной новизне. Соискателем ученой степени Е.М. Кустовой указано, что диссертация содержит ряд весомых результатов, носящих не только теоретический, но и прикладной характер. Лично ею получены следующие результаты, позволяющие говорить о приращении знаний в области исследования:

- определение бренда продукта, бренда организации, брендинга, брендового бизнеса основанное на использовании концепции устойчивого развития и шести видов капитала (с.12-24), расширяющее понимание с позиции осуществ-

ления внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса и гармонизирующее его с принципами формирования и анализа интегрированной отчетности. Перспективность данного подхода с позиции экономического анализа и контроля заключается в переходе от системы финансовый учет- финансовая отчетность – контроль финансовой отчетности к системе интегрированный учет – интегрированная отчетность – контроль интегральной эффективности. Выделенные автором учетно-аналитические интерпретации бренда закладывают основу для формулировки целевых установок, задач и требований к организации внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса (с. 27-31);

- элементы системы внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса и этапы его проведения (с. 32-34) являются теоретической основой практической реализации методики внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса. Автором предложено содержание аналитических процедур на каждом из выделенных этапов контроля эффективности брендового бизнеса (с. 35-40), которое реализуется в третьей главе диссертационного исследования (п. 3.1 и п. 3.2). Данный результат, выносимый на защиту, характеризуется не только научной новизной, но и практической значимостью;

-- сформированный автором организационный механизм применения аналитического инструментария во внутреннем контроле эффективности брендового бизнеса, включающий схему взаимодействия структурных подразделений в процессе контроля, выявление контрольных точек, оценку риска, планирование и реализацию контрольных процедур представляет собой алгоритм проведения внутрихозяйственного контроля эффективности брендового бизнеса и имеет прямое практическое применение для различных хозяйствующих субъектов (42-59);

- использование продвинутого риск -ориентированного подхода позволило автору разработать методику оценки уровня риска и частоты проведения проверок для минимизации неблагоприятных воздействий на эффективность брендового бизнеса (60-65), которая послужила основой для формирования итогового суждения об эффективности работы каждого из структурных подраз-

делений и брендового дивизиона в целом. Данный результат имеет прямое практическое применение во внутреннем контроле эффективности, так и в анализе и оценке рисков;

- разработанные автором формы рабочих и итоговых документов (71-80) представляют собой прикладное методическое обеспечение применения аналитического инструментария во внутреннем контроле эффективности брендового бизнеса, обеспечивают непосредственную практическую реализацию разработок автора по развитию аналитического инструментария во внутреннем контроле;

- новый подход к оценке результативности затрат, основанный на применении регрессионных моделей зависимости получаемой выручки и трейд-маркетинговых затрат по каждому из видов производимой продукции (82-103), позволяет на этапе бюджетирования контролировать целесообразность распределения средств, представляет интерес не только для внутрихозяйственного контроля эффективности брендового бизнеса, но и для экономического анализа;

- разработанная автором модель с установленным лагом позволяет оценивать потенциальную выручку от продаж новинок продукции (105-113) и способствует повышению надежности внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса в настоящем и будущем периодах. Данный результат, как и отмеченный выше подход к оценке результативности затрат, представляют собой практическую реализацию предложенных автором аналитических процедур и интересен не только в целях внутрихозяйственного контроля, но и для экономического анализа.

Значимость для науки и производства результатов, полученных автором диссертации.

Диссертационное исследование выполненное Кустовой Е.М. является самостоятельной завершенной научно-квалификационной работой, структура и логика которой соответствуют поставленным целям и задачам.

Теоретические положения применения аналитического инструментария во внутреннем контроле исследуются автором в первой из трех глав. На основе

обобщения, критического содержательного анализа работ отечественных и зарубежных исследователей автор формулирует определения бренд продукта, бренд организации, брендинг в организации как элементов внутреннего контроля с позиции стейкхолдерского подхода (12-23), выявляет цели контроля, контролируемый объект и субъект (с. 22). На основе системного подхода формирует модель внутреннего контроля, выделяя в ней точки и направления приложения аналитических процедур (32-36). Автором представлена систематизация направлений приложения аналитического инструментария внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса, имеющая принципиальные отличия разработанного инструментария, применяемого во внутреннем финансовом контроле.

Организационные положения внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса разработаны во второй главе диссертации. При раскрытии организационных аспектов и построении методики автор использует риск-ориентированный подход и разрабатывает методику оценки риска. В п. 2.2 автором представлены рекомендации по оформлению рабочих документов внутреннего контролера по оформлению рабочих документов аудитора и результатов аналитических процедур (71-80).

Методические положения применения аналитического инструментария во внутреннем контроле эффективности представлены в третьей главе. В ней сформулированы выводы и предложения автора по оценке результативности трейд маркетинговых затрат (82-103), а также метод оценки эффективности затрат на маркетинговые исследования и анализ рынка новинок брендовой продукции(104-112). В итоговой части работы автором предлагается методика применения аналитического инструментария во внутреннем контроле эффективности брендового бизнеса.

Таким образом, в диссертации представлено последовательное, связное развитие положений аналитической составляющей внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса.

Рекомендации по использованию результатов и выводов диссертации

Теоретическая значимость научного исследования заключается в уточнении отдельных научных дефиниций, обосновании выявленных особенностей внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса и применения в нем аналитического инструментария, включающего методологические, методические и организационные аспекты.

Предложения по развитию аналитического инструментария, применимы к использованию в практической деятельности аудиторских организаций, осуществляющих внешний контроль эффективности брендового бизнеса, а также внутренних аудиторов, выполняющих аналогичные задания. Автором к применению рекомендуются следующие результаты:

- алгоритмы применения аналитического инструментария во внутреннем контроле эффективности;
- методика оценки риска, включающая критерий определения уровня риска и частоты проведения проверок для минимизации неблагоприятных последствий, влияющих на эффективность финансово-хозяйственной деятельности брендового бизнеса;
- формы рабочих и итоговых документов;
- методика внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса.

К использованию в аналитической работе иных экономических субъектов в качестве аналитического обеспечения управления, включая стратегическое управление, автором рекомендуются следующие результаты:

- метод оценки результативности трейд маркетинговых затрат;
- метод оценки эффективности затрат на маркетинговые исследования и анализ рынка новинок брендовой продукции.

Кроме того, рекомендации, разработанные Кустовой Е.М. могут быть полезны при составлении интегрированной отчетности коммерческими и некоммерческими организациями, а также рейтинговыми агентствами для проведения внутриотраслевых сравнений.

Ключевые научные результаты диссертации, могут применяться при подготовке учебных дисциплин «Внутренний контроль», «Аудит», «Экономический анализ».

Замечания по диссертации.

Отмечая обоснованность результатов проведенного исследования, актуальность, теоретическую и практическую значимость работы, наблюдаются некоторые положения, которые, по нашему мнению, не нашли должного раскрытия в диссертации.

1. В связи с возрастающей значимостью эффективности брендового бизнеса автору следовало бы развить представленные в теоретической части направления применения во внутреннем контроле аналитических процедур, такие как анализ социально-репутационного капитала организации и анализ узнаваемости бренда организации, и в методической части работы

2. Для лучшего представления авторского видения применения аналитического инструментария во внутреннем контроле эффективности брендового бизнеса было бы целесообразно представить комплексный пример последовательного применения всех аналитических процедур на объекте исследования.

3. В п. 3.1 Следовало бы провести анализ оценки результативности трейд маркетинговых затрат в разрезе географических сегментов.

Тем не менее, на наш взгляд, указанные недостатки не умаляют достоинств представленной работы как самостоятельного, завершенного исследования, выполненного на актуальную, практически значимую тему.

Общий вывод.

Диссертационная работа и автореферат написаны с соблюдением установленных требований и дают комплексное представление о проделанной автором работе. Содержание автореферата отражает основные научные результаты, выводы и рекомендации, содержащиеся в диссертационном исследовании, и полностью соответствует заявленной теме и позволяют сделать вывод о решении научной задачи, имеющей практическое значение для внедрения предложений

женных методик в деятельность аудиторских организаций и экономических субъектов при осуществлении внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса.

Представленные публикации достаточно полно раскрывают авторские разработки. Опубликовано 7 печатных работ, в том числе 3 работы – в изданиях, включенных в перечень рецензируемых ВАК.

Диссертация Кустовой Екатерины Михайловны на тему «Развитие аналитического инструментария внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса», представленная на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.12 – «Бухгалтерский учет, статистика», может быть охарактеризована как самостоятельное завершенное научное исследование в области теоретических и организационно-методических положений применения аналитического инструментария внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса, соответствующее требованиям пп. 9-14 Положения о порядке присуждения ученых степеней, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 24.09.2013 № 842.

Структура и содержание диссертационной работы соответствуют ее целям и логике решения поставленных задач, а автограферат раскрывает ее основные положения. Полученные результаты отвечают критериям научной новизны, имеют теоретическое и практическое значение, вносят существенный вклад в решение исследуемых проблем теории и методики контроля и экономического анализа. Автор диссертации – Кустова Екатерина Михайловна – заслуживает присуждения искомой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика.

Отзыв ведущей организации подготовлен доктором экономических наук, заведующим кафедрой анализа хозяйственной деятельности и прогнозирования ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» Усенко Людмилой Николаевной.

Отзыв обсужден и утвержден на заседании кафедры анализа хозяйственной деятельности и прогнозирования «30» августа 2022 г., протокол № 1.

Заведующая кафедрой
экономического анализа и прогнозирования
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный
экономический университет (РИНХ)»,
доктор экономических наук, профессор,
Член-корреспондент РАН,
заслуженный деятель науки РФ

Усенко Л.Н.

«30» августа 2022 г.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Ростовский государственный экономический уни-
верситет (РИНХ)», учетно-экономический факультет, кафедра анализа
хозяйственной деятельности и прогнозирования
Адрес: 344022, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69
Контактный телефон: 7(863) 236-30-80
Адрес электронной почты: ln-u@mail.ru

