

В диссертационный совет Д 212.038.23  
при ФГБОУ ВО «Воронежский  
государственный университет»

## ОТЗЫВ

на автореферат диссертации

Кустовой Екатерины Михайловны на тему «Развитие аналитического инструментария внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса»,

представленной на соискание ученой степени

кандидата экономических наук по специальности

08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика

В условиях возрастающей конкуренции, переформатирования деловых связей, смещения центров экономического роста особую актуальность приобретают вопросы репутационной политики организации, развития системы ее отношений с потребителями и партнерами, формирования благоприятного имиджа в медийном пространстве, основу чего составляет положительно воспринимаемый бренд как конкретного продукта, так и в целом организации. Соответственно исследование вопросов эффективности брендового бизнеса, его внутреннего контроля и прогноза является важной научной и практической задачей, решение которой, безусловно, обеспечит социально-экономический эффект.

В специальной литературе отсутствуют работы, посвященные комплексному исследованию организационных и методических положений использования аналитического инструментария во внутреннем контроле эффективности брендового бизнеса, прогноза вероятной эффективности новых брендов, что необходимо для оперативности и гибкости управления и в целом успешного функционирования организации. Автором восполнен этот пробел. Важнейшими результатами проведенного научного исследования в направлении контроля эффективности брендового бизнеса, которые изложены в автореферате диссертации, являются: развитие понятийного аппарата в определении феномена брендинга (сформулированы определения бренда продукта, бренда организации, брендинга, брендового бизнеса); определение основных элементов системы внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса и этапов применения аналитического инструментария во внутреннем контроле; раскрытие аналитических процедур во внутреннем контроле эффективности брендового бизнеса; разработка методики оценки риска снижения эффективности работы по поддержанию бренда; способ контроля результативности затрат на создание и поддержание бренда, а также обоснованная целесообразность включения в систему внутреннего контроля эффективности брендового бизнеса блока прогнозирования. Все разработки автора отличаются оригинальным подходом к решению поставленных задач, глубокой проработкой выявленных проблем, комплексным и системным подходом, что свидетельствует не только о научной значимости проведенного ис-

следования, но и о возможности практического использования полученных результатов.

Следует отметить, что прикладное значение проведенного исследования могло бы быть дополнительно раскрыто за счет предложений по координации деятельности в части анализа и мониторинга эффективности брендового бизнеса между различными структурными подразделениями организации с разграничением их функций и степени участия в формировании первичной информационной базы проводимого анализа.

Вместе с тем указанное пожелание не влияет на положительную оценку выполненного исследования. Судя по автореферату, считаем, что диссертационная работа отвечает требованиям, предъявляемым к кандидатским диссертациям, а ее автор Екатерина Михайловна Кустова заслуживает присуждения искомой ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.12 – Бухгалтерский учет, статистика.

Даю согласие на обработку моих персональных данных.

**Рецензент:**

Профессор кафедры  
бухгалтерского учета, анализа и аудита в торговле  
УО «Белорусский государственный  
экономический университет», доцент  
доктор экономических наук, доцент

Л. С. Маханько

«08» сентября 2022 г.



Контактная информация:

Адрес: 220070, Республика Беларусь, г. Минск, пр. Партизанский, 26

Телефон: +375(29) 7789788

e-mail: lu\_mahanko@mail.ru