

Оглавление выпуска

**МЕЖДУНАРОДНОГО
РЕЦЕНЗИРУЕМОГО
НАУЧНОГО ЖУРНАЛА**

«ЭКОНОМИКА...»

Выпуск № 4 / 2024

Стр. 5 Грох А.Р., Новиченко И.А.

Внедрение стандартов корпоративного управления в компаниях с государственным участием как повышение эффективности финансового риск-менеджмента

Стр. 18 Митрофанова Т.Ю., Митрофанов Н.М.

Правила игры в экономике. Что такое институты и зачем они нужны. Проблема экономических институтов Кыргызстана

Стр. 24 Торопова А.Е.

Корпоративное хранилище данных как инструмент повышения качества управленческой отчетности в банке

Стр. 30 Санникова Ю.В., Куликова Е.С.

Реклама как инструмент увеличения рентабельности предприятия

Стр. 35 Чернышева А.Г.

Экономический эффект пограничного конфликта США и Мексики

Стр. 40 Корнеева М.А., Дэн Вэй

Актуальность использования концепции атмосферного маркетинга для формирования и продвижения брендов экотуристических проектов

Стр. 46 Брилевская А.С.

Гибкость и масштабируемость адаптивных технологий при управлении человеческими ресурсами организации

Стр. 51 Тащян Е.В.

Основные цели внедрения регулятивных инноваций Банка России и их виды

Стр. 60 Митрофанова Т.Ю., Митрофанов Н.М.

Влияние теневого сектора на экономическое развитие Кыргызстана. Пути решения проблемы неформальной экономики

Стр. 71 Чекушкин Н.В.

Agile-брендинг как новая концепция в маркетинге