Research article

UDC 336

doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_6

Financial strategy in the management of the enterprise

Altsybeeva Irina G.,

Vyatka State University, Kirov, Russia, irinaal81@yandex.ru

Andreeva Larisa O.,

Engineering Academy, Peoples’ Friendship University of Russia (RUDN), Moscow, Russia, andreevalo@mail.ru

Abstract. The article proposes a methodology for the development of an enterprise’s financial strategy. The methodology developed by the authors is based on the ideas of the matrix offered by the French researchers Franchon and Romanet and is supplemented by the author’s economic interpretations of the financial development stages of an enterprise. The authors analyze the concept of the financial strategy and the stages of its development, and then propose priority areas for the financial development of an enterprise to ensure the implementation of a financial strategy.

Keywords: financial strategy; management of enterprise; enterprise development; life cycle.

For citation: Altsybeeva I. G., Andreeva L. O. Financial strategy in the management of the enterprise. *Journal of Monetary Economics and Management,* 2022, no. 1, pp. 6–12. doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_6.

ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Алцыбеева Ирина Георгиевна,

Вятский государственный университет, Киров, Россия, irinaal81@yandex.ru

Андреева Лариса Олеговна,

Инженерная академия Российского университета дружбы народов (РУДН), Москва, Россия, andreevalo@mail.ru

Аннотация. В статье рассматривается методика формирования финансовой стратегии предприятия, которая базируется на идеях матрицы французских исследователей Франшона и Романе и дополняется авторскими экономическими интерпретациями стадий финансового развития предприятия. Авторы анализируют концепцию финансовой стратегии и этапы ее разработки, предлагают приоритетные сферы финансового развития предприятия для обеспечения реализации финансовой стратегии.

Ключевые слова: финансовая стратегия; управление предприятием; развитие предприятия; жизненный цикл.

Research article

UDC 339

doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_13

Consumer behavior under increasing autarky

Ganebnykh Elena

Vyatka State University, Kirov, Russia, ganebnykh@mail.ru

Abstract. The article is devoted to the study of changes in consumer behavior in the context of import substitution under the influence of the growing autarky of the Russian Federation. The paper analyzes the willingness to consume domestic analogues for various categories of goods in the context of comparing prices with imported products being replaced. The author analyzes methodological approaches to determine the market capacity in the context of changing consumer demand and concludes that it is necessary to combine the analysis of retrospective sales data and predictive methods of consumer behavioral reactions.

Keywords: сonsumer behavior; marketing; market capacity; autarky; sanctions.

For citation: Ganebnykh E. Consumer behavior under increasing autarky. *Journal of Monetary Economics and Management,* 2022, no. 1, pp. 13–17. doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_13.

Поведение потребителей в условиях усиливающейся автаркии

Ганебных Елена Викторовна

Вятский государственный университет, Киров, Россия, ganebnykh@mail.ru

Аннотация. Статья посвящена исследованию изменений потребительского поведения в условиях импортозамещения под влиянием усиливающейся автаркии России. Проанализирована готовность потребления отечественных аналогов по различным категориям товаров в разрезе сравнения цен с замещаемой импортной продукцией. Автор анализирует методические подходы для определения емкости рынка в условиях изменения потребительского спроса и делает вывод о необходимости комбинирования анализа ретроспективных данных о продажах и прогнозных методов поведенческих реакций потребителей.

Ключевые слова: поведение потребителей; маркетинг; емкость рынка; автаркия; санкции.

Research article

UDC 658.62

doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_18

Ways of managing innovative organizations
in Russia

Nazarova Inna T.

Penza State Technological University, Penza, Russia, uncate@yandex.ru

Gurezov Ziedullo

Penza State Technological University, Penza, Russia

Abstract. The urgency of the problem in Russia is only gaining momentum, since such organizational structures are not usual for this country. The article is devoted to innovative organizations, which are called organizations of the future or “turquoise” organizations. managing innovative organizations; and integrating lean manufacturing into turquoise organizations. The article reveals the concepts of “turquoise organizations”, “lean production”. Considerable attention is paid to the concept of an innovative (“turquoise”) organization. The aim of the study is to study the experience of turquoise organizations on the example of the cases of various innovative organizations existing in Russia, systematize evolutionary patterns and development cycles of organizations with different approaches to management, as well as study possible ways of introducing the “lean manufacturing” methodology into such organizations. The most important part of the study is to study the correlation between the way an organization is managed and its financial success and achievements.

Keywords: innovative organizations; management; lean production; turquoise organizations; quality.

For citation: Nazarova I. T., Gurezov Z. Ways of managing innovative organizations in Russia. *Journal of Monetary Economics and Management,* 2022, no. 1, pp. 18–23. doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_18.

Пути управления инновационными организациями в России

Назарова Инна Таджиддиновна

Пензенский государственный технологический университет, Пенза, Россия

 Гурезов Зиедулло

Пензенский государственный технологический университет, Пенза, Россия

Аннотация. В статье исследуются инновационные организации, которые называются организациями будущего или «бирюзовыми» организациями. Анализируются особенности управления инновационными организациями, интеграция бережливого производства в бирюзовые организации. Раскрываются понятия «бирюзовые организации», «бережливое производство». Значительное внимание уделено понятию инновационной («бирюзовой») организации. Изучаются опыт бирюзовых организаций на примере кейсов различных инновационных организаций, существующих в России, систематизация эволюционных закономерностей и циклов развития организаций с разными подходами к управлению, а также возможные пути внедрения методологии «бережливого производства» в таких организациях. Наиболее важной частью исследования является изучение корреляции между способом управления организацией и ее финансовыми успехами и достижениями.

Ключевые слова: инновационные организации; управление; бережливое производство; бирюзовые организации; качество.

Research article

UDC 379.85

doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_25

Kazakhstan tourist market – current state

Aimen Anuarbek

M. H. Dulati Taraz Regional University, Taraz, Kazakhstan,
Aimenov\_111@mail.ru

Bekbaulina Sabira

M. H. Dulati Taraz Regional University, Taraz, Kazakhstan

Karimakhunova Renata

M. H. Dulati Taraz Regional University, Taraz, Kazakhstan

Abstract. The most important parameters of tourism development in the country are indicators of inbound and outbound tourism. Before the pandemic, both at the republican and regional levels, a lot of work was carried out to attract foreign tourists to Kazakhstan, measures were taken in the field of image policy and popularization of tourist destinations of the country. Butmany Kazakhstanis prefer to rest abroad, rather than in the resort areas of their homeland.

Keywords: тourism; pandemic; economy; budget; visitors; visit objectives.

For citation: Aimen A., Bekbaulina S., Karimakhunova R. Kazakhstan tourist market – current state. *Journal of Monetary Economics and Management,* 2022, no. 1, pp. 25–29. doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_25.

Туристический рынок Казахстана – текущее состояние

Аймен Ануарбек

Таразский региональный университет им. М. Х. Дулати, Тараз,
Казахстан, Aimenov\_111@mail.ru

Бекбаулина Сабира

Таразский региональный университет им. М. Х. Дулати, Тараз,
Казахстан

Каримахунова Рената

Таразский региональный университет им. М. Х. Дулати, Тараз,
Казахстан

Аннотация. Важнейшими параметрами развития туризма в стране являются показатели въездного и выездного туризма. До пандемии как на республиканском, так и на региональном уровнях проводилась большая работа по привлечению иностранных туристов в Казахстан, принимались меры в области имиджевой политики и популяризации туристических направлений страны. Но многие казахстанцы предпочитают отдыхать за рубежом, а не в курортных зонах своей родины.

Ключевые слова: туризм; пандемия; экономика; бюджет; посетители; цели визита.

Research article

UDC 339

doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_30

Logistics support for the competitiveness of an industrial enterprise

Vlasov Alexander

CEO, Founder LLC «Zig-Zag», Izhevsk, Russia,  alex22neo@gmail.com

Stanovskikh Alexey

Co-founder LLC «Zig-Zag», Izhevsk, Russia, stanovskih@gmail.com

Abstract. The article defines the direction of development of the logistics paradigm of enterprise competitiveness management, considering the current economic realities and best practices of logistics management. The author determined that modern logistics, based on the requirements of the strategic management concept, has actually exhausted itself. The above leads to the conclusion that modern logistics should solve the problems of enterprise development in terms of increasing their efficiency, profitability and competitiveness, focusing not on the exhausted Western model of strategic management, but on the innovative concept of adaptive management, which allows you to manage more “small” elements of the logistics system (processes) included in the traditional logistics sequence: supply – production – sales. Hence, the new logistics paradigm provides opportunities to increase the level of competitiveness of the enterprise by managing logistics costs in each individual business process, despite the fact that the management process itself is not based on ensuring a strategic goal - increasing the value of each process, resulting in the formation of the final value of the product (service), which determines the competitive position of the enterprise.

Keywords: logistics; competitiveness; enterprise; management; adaptation.

For citation: Vlasov A., Stanovskikh A. Logistics support for the competitiveness of an industrial enterprise. *Journal of Monetary Economics and Management,* 2022, no. 1, pp. 30–37. doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_30.

Логистическое обеспечение конкурентоспособности промышленного предприятия

Власов Александр

ООО «Зиг-Заг», Ижевск, Россия, alex22neo@gmail.com

Становских Алексей

ООО «Зиг-Заг», Ижевск, Россия, stanovskih@gmail.com

Аннотация. В статье определено направление развития логистической парадигмы управления конкурентоспособностью предприятия с учетом современных экономических реалий и лучших практик управления логистикой. Отмечается, что современная логистика, основанная на требованиях концепции стратегического управления, фактически исчерпала себя. Современная логистика должна решать проблемы развития предприятий с точки зрения повышения их эффективности, прибыльности и конкурентоспособности, ориентируясь не на исчерпавшую себя западную модель стратегического управления, а на инновационную концепцию адаптивного управления, позволяющую управлять более «мелкими» элементами логистики система (процессы), включенная в традиционную логистическую последовательность: поставка – производство – сбыт. Новая парадигма логистики предоставляет возможности для повышения уровня конкурентоспособности предприятия за счет управления затратами на логистику в каждом отдельном бизнес-процессе, несмотря на то что сам процесс управления не основан на обеспечении стратегической цели – повышении ценности каждого процесса, что приводит к формированию конечной ценности каждого процесса. продукт (услуга), который определяет конкурентную позицию предприятия.

Ключевые слова: логистика; конкурентоспособность; предприятие; управление; адаптация.

Research article

UDC 339

doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_38

Causal relations of the origin of conflicts
in B2C markets and methods for their judging

Domovaya Zinaida V.

Saratov State Agrarian University named after N.I. Vavilov, Saratov, Russia

Abstract. The purpose of the chapter is to analyze the causal relations of emergence of conflicts in B2C markets, to consider the existing methods of solving them, and to develop the perspective (more effective) methods in view of the possibilities of the digital economy. The author use the methods of the systemic, problem, and logical analysis, as well as modeling of socio-economic processes and systems and formalization. It is determined that conflicts in B2C markets could be caused by a lot of different reasons – from consumers and companies. Emergence of conflicts is a usual phenomenon, which allows improving the economic practice. However, a serious problem is inaccessibility of two of the most popular methods of conflict resolution – observation of contract terms (due to incompletion of agreements) and applying with law enforcement (due to insufficient legal force of the agreements). That’s why the most popular method of conflict resolution is climb-down of one of the parties or conclusions of a new agreement. This shows worthlessness of the institute of contractual law, causes uncertainty and high-risk component of B2C markets, and reduces effectiveness of economic activities. For solving this problem, the authors suggest using the possibilities of the digital economy. An innovative digital technology – blockchain – allows forming the updated electronic data bases with a high level of security’ and full legal force, under the control of the state. Digital contract that is concluded with the help of blockchain technologies is a preventive practice that precedes the alternative methods of conflict resolution in B2C markets. Its advantages, as compared to traditional (paper) contract, are large opportunities for independent conflict resolution by the parties (due to completeness and transparence of the contract) and applying for state’s support (due to full legal force of the contract and state guarantees of the parties’ rights). A conceptual model of conflict resolution in B2C markets in the conditions of the digital economy on the basis of blockchain technologies is developed and recommended for practical usage.

Keywords: B2C markets (“business-to-consumers”); conflicts; conflict resolution; retail; blockchain technologies; digital economy.

For citation: Domovaya Z. V. Causal relations of the origin of conflicts
in B2C markets and methods for their judging. *Journal of Monetary Economics and Management,* 2022, no. 1, pp. 38–43. doi: 10.47576/2782-4586\_2022\_1\_38.

Причинно-следственные связи возникновения конфликтов на рынках B2C и методы их оценки

Домовач Зинаида Викторовна

Саратовский государственный аграрный университет
им. Н. И. Вавилова, Саратов, Россия

Аннотация. В статье анализируются причинно-следственные связи возникновения конфликтов в бизнесе с рынками потребления, методы их решения с учетом возможностей цифровой экономики. Автор использует методы системного, проблемного и логического анализа, а также моделирования социально-экономических процессов и систем и формализации. Определено, что конфликты между бизнесом и потребителями на рынках могут быть вызваны множеством разных причин – со стороны потребителей и компаний. Возникновение конфликтов – обычное явление, позволяющее совершенствовать экономическую практику. Однако серьезной проблемой является недоступность двух наиболее популярных способов разрешения конфликтов — соблюдения условий контракта (из-за незавершенности договоров) и обращения в правоохранительные органы (из-за недостаточной юридической силы договоров). Поэтому самым популярным методом разрешения конфликта является схождение одной из сторон или заключение нового соглашения. Это свидетельствует о нецелесообразности института договорного права, порождает неопределенность и высокорисковую составляющую бизнеса на потребительских рынках, снижает эффективность хозяйственной деятельности. Для решения данной проблемы авторы предлагают использовать возможности цифровой экономики. Инновационная цифровая технология – блокчейн – позволяет формировать под контролем государства обновляемые электронные базы данных с высоким уровнем безопасности и полной юридической силой. Цифровой контракт, заключаемый с помощью технологий блокчейна, является превентивной практикой, предшествующей альтернативным методам разрешения конфликтов в бизнесе на потребительских рынках. Его преимуществами по сравнению с традиционным (бумажным) договором являются большие возможности для самостоятельного разрешения конфликтных ситуаций сторонами (за счет полноты и прозрачности договора) и обращения за государственной поддержкой (за счет полной юридической силы договора и государственных гарантий права сторон). Разработана и рекомендована к практическому использованию концептуальная модель разрешения конфликтов между бизнесом и потребительскими рынками в условиях цифровой экономики на основе технологий блокчейна.

Ключевые слова: рынки B2C («бизнес – потребителям»); конфликты; разрешение конфликтов; ритейл; блокчейн-технологии; цифровая экономика.