



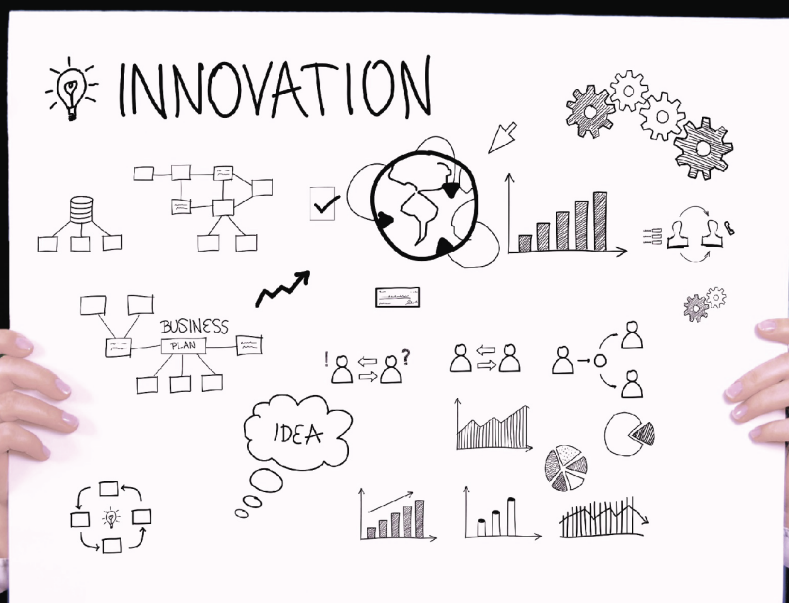
ECONOMICS

MAY
2025
No. 1(55)

ECONOMIC THEORY AND BUSINESS PROCESS

SCIENTIFIC PUBLISHING «PROBLEMS OF SCIENCE»

[HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://economic-theory.com)



РОССИЙСКАЯ
ГОСУДАРСТВЕННАЯ
БИБЛИОТЕКА



THE ROLE OF TECHNOLOGY AND INNOVATION
IN SUSTAINABLE AGRICULTURE
Ruhiyya G.M., Yegana A.A. p.4

ISSN 2410-289X



9 772410 289009

Economics

№ 1 (55), 2025

EDITOR IN CHIEF

Valtsev S.

EDITORIAL BOARD JOURNAL

Abdullaev K. (PhD in Economics, Azerbaijan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Kovaljov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kurpajanidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Skipko T.* (D.Sc. in Economics, Ukraine), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Republic of Armenia).

EDITORIAL BOARD PUBLISHING HOUSE

Abdullaev K. (PhD in Economics, Azerbaijan), *Alieva V.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Akbulaev N.* (D.Sc. in Economics, Azerbaijan), *Alikulov S.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Anan'eva E.* (D.Sc. in Philosophy, Ukraine), *Asaturova A.* (PhD in Medicine, Russian Federation), *Askarhodzhaev N.* (PhD in Biological Sc., Republic of Uzbekistan), *Bajtasov R.* (PhD in Agricultural Sc., Belarus), *Bakiko I.* (PhD in Physical Education and Sport, Ukraine), *Bahor T.* (PhD in Philology, Russian Federation), *Baulina M.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Blejh N.* (D.Sc. in Historical Sc., PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Bobrova N.A.* (Doctor of Laws, Russian Federation), *Bogomolov A.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Borodaj V.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Volkov A.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Gavrilenkova I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Garagonich V.* (D.Sc. in Historical Sc., Ukraine), *Glushhenko A.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Grinchenko V.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Gubareva T.* (PhD in Laws, Russian Federation), *Gutnikova A.* (PhD in Philology, Ukraine), *Datij A.* (Doctor of Medicine, Russian Federation), *Demchuk N.* (PhD in Economics, Ukraine), *Divnenko O.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Dmitrieva O.A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Dolenko G.* (D.Sc. in Chemistry, Russian Federation), *Esenova K.* (D.Sc. in Philology, Kazakhstan), *Zhamuldinov V.* (PhD in Laws, Kazakhstan), *Zholdoshev S.* (Doctor of Medicine, Republic of Kyrgyzstan), *Zelenkov M.YU.* (D.Sc. in Political Sc., PhD in Military Sc., Russian Federation), *Ibadov R.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Republic of Uzbekistan), *Il'inskih N.* (D.Sc. Biological, Russian Federation), *Kajrakbaev A.* (PhD in Physical and Mathematical Sciences, Kazakhstan), *Kaftaeva M.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Klinkov G.T.* (PhD in Pedagogic Sc., Bulgaria), *Koblanov Zh.* (PhD in Philology, Kazakhstan), *Kovaljov M.* (PhD in Economics, Belarus), *Kravcova T.* (PhD in Psychology, Kazakhstan), *Kuz'min S.* (D.Sc. in Geography, Russian Federation), *Kulikova E.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Kurmanbaeva M.* (D.Sc. Biological, Kazakhstan), *Kurpajanidi K.* (PhD in Economics, Republic of Uzbekistan), *Linkova-Daniels N.* (PhD in Pedagogic Sc., Australia), *Lukienko L.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Makarov A.* (D.Sc. in Philology, Russian Federation), *Macarenko T.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Meimanov B.* (D.Sc. in Economics, Republic of Kyrgyzstan), *Muradov Sh.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Musaev F.* (D.Sc. in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Nabiev A.* (D.Sc. in Geoinformatics, Azerbaijan), *Nazarov R.* (PhD in Philosophy, Republic of Uzbekistan), *Naumov V.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *Ovchinnikov Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Petrov V.* (D.Arts, Russian Federation), *Radkevich M.* (D.Sc. in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Rakhimbekov S.* (D.Sc. in Engineering, Kazakhstan), *Rozyhodzhaeva G.* (Doctor of Medicine, Republic of Uzbekistan), *Romanenkova Yu.* (D.Arts, Ukraine), *Rubcova M.* (Doctor of Social Sciences, Russian Federation), *Rumyantsev D.* (D.Sc. in Biological Sc., Russian Federation), *Samkov A.* (D.Sc. in Engineering, Russian Federation), *San'kov P.* (PhD in Engineering, Ukraine), *Selitrenikova T.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sibircev V.* (D.Sc. in Economics, Russian Federation), *Skipko T.* (D.Sc. in Economics, Ukraine), *Sopov A.* (D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Strekalov V.* (D.Sc. in Physical and Mathematical Sciences, Russian Federation), *Stukalenko N.M.* (D.Sc. in Pedagogic Sc., Kazakhstan), *Subachev Ju.* (PhD in Engineering, Russian Federation), *Sulejmanov S.* (PhD in Medicine, Republic of Uzbekistan), *Tregub I.* (D.Sc. in Economics, PhD in Engineering, Russian Federation), *Uporov I.* (PhD in Laws, D.Sc. in Historical Sc., Russian Federation), *Fedos'kina L.* (PhD in Economics, Russian Federation), *Khiltukhina E.* (D.Sc. in Philosophy, Russian Federation), *Cuculjan S.* (PhD in Economics, Republic of Armenia), *Chiladze G.* (Doctor of Laws, Georgia), *Shamshina I.* (PhD in Pedagogic Sc., Russian Federation), *Sharipov M.* (PhD in Engineering, Republic of Uzbekistan), *Shevko D.* (PhD in Engineering, Russian Federation).

© «ECONOMICS»

© PUBLISHING HOUSE «PROBLEMS OF SCIENCE»

Economics

№ 1 (55), 2025

Российский импакт-фактор: 0,21

УЧРЕДИТЕЛЬ, ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР: Вальцев С.В.

Зам. главного редактора: Кончакова И.В.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Издается с 2014 года

Подписано в печать:
16.05.2025

Дата выхода в свет:
30.05.2025

Формат 70х100/16.
Бумага офсетная.
Гарнитура «Таймс».
Печать офсетная.
Усл. печ. л. 1,869
Тираж 100 экз.
Заказ № 0045

ИЗДАТЕЛЬСТВО
«ПРОБЛЕМЫ
НАУКИ»

Территория
распространения:
зарубежные
страны, Российская
Федерация

Журнал
зарегистрирован
Федеральной
службой по надзору
в сфере связи,
информационных
технологий и
массовых
коммуникаций
(Роскомнадзор)
Реестровая запись
ПИ № ФС 77 - 60216

Свободная цена

Абдуллаев К.Н. (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Акбулаев Н.Н.* (д-р экон. наук, Азербайджанская Республика), *Волков А.Ю.* (д-р экон. наук, Россия), *Мейманов Б.К.* (д-р экон. наук, Кыргызская Республика), *Сибирцев В.А.* (д-р экон. наук, Россия), *Трегуб И.В.* (д-р экон. наук, канд. техн. наук, Россия), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Ковалёв М.Н.* (канд. экон. наук, Белоруссия), *Курпаяниди К.И.* (канд. экон. наук, Узбекистан), *Скрипко Т.А.* (д-р экон. наук, Украина), *Федоськина Л.А.* (канд. экон. наук, Россия), *Цицуля С.В.* (канд. экон. наук, Республика Армения).

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Абдуллаев К.Н. (д-р филос. по экон., Азербайджанская Республика), *Алиева В.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Акбулаев Н.Н.* (д-р экон. наук, Азербайджанская Республика), *Аликулов С.Р.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Ананьева Е.П.* (д-р филос. наук, Украина), *Асатурова А.В.* (канд. мед. наук, Россия), *Аскарходжаев Н.А.* (канд. биол. наук, Узбекистан), *Байтасов Р.Р.* (канд. с.-х. наук, Белоруссия), *Бакико И.В.* (канд. наук по физ. воспитанию и спорту, Украина), *Бахор Т.А.* (канд. филол. наук, Россия), *Баулина М.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Блейх Н.О.* (д-р ист. наук, канд. пед. наук, Россия), *Боброва Н.А.* (д-р юрид. наук, Россия), *Богомолов А.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Бородай В.А.* (д-р социол. наук, Россия), *Волков А.Ю.* (д-р экон. наук, Россия), *Гавриленкова И.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Гарагонич В.В.* (д-р ист. наук, Украина), *Глуценко А.Г.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Гринченко В.А.* (канд. техн. наук, Россия), *Губарева Т.И.* (канд. юрид. наук, Россия), *Гутникова А.В.* (канд. филол. наук, Украина), *Датий А.В.* (д-р мед. наук, Россия), *Демчук Н.И.* (канд. экон. наук, Украина), *Дивненко О.В.* (канд. пед. наук, Россия), *Дмитриева О.А.* (д-р филол. наук, Россия), *Доленко Г.Н.* (д-р хим. наук, Россия), *Есенова К.У.* (д-р филол. наук, Казахстан), *Жамулидинов В.Н.* (канд. юрид. наук, Казахстан), *Жолдошев С.Т.* (д-р мед. наук, Кыргызская Республика), *Зеленков М.Ю.* (д-р полит. наук, канд. воен. наук, Россия), *Ибадов Р.М.* (д-р физ.-мат. наук, Узбекистан), *Ильинских Н.Н.* (д-р биол. наук, Россия), *Кайракбаев А.К.* (канд. физ.-мат. наук, Казахстан), *Кафтаева М.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Киквидзе И.Д.* (д-р филол. наук, Грузия), *Клинок Г.Т.* (PhD in Pedagogic Sc., Болгария), *Кобланов Ж.Т.* (канд. филол. наук, Казахстан), *Ковалёв М.Н.* (канд. экон. наук, Белоруссия), *Кравцова Т.М.* (канд. психол. наук, Казахстан), *Кузьмин С.Б.* (д-р геогр. наук, Россия), *Куликова Э.Г.* (д-р филол. наук, Россия), *Курманбаева М.С.* (д-р биол. наук, Казахстан), *Курпаяниди К.И.* (канд. экон. наук, Узбекистан), *Линькова-Даниельс Н.А.* (канд. пед. наук, Австралия), *Лукиенко Л.В.* (д-р техн. наук, Россия), *Макаров А. Н.* (д-р филол. наук, Россия), *Мацаренко Т.Н.* (канд. пед. наук, Россия), *Мейманов Б.К.* (д-р экон. наук, Кыргызская Республика), *Мурадов Ш.О.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Мусаев Ф.А.* (д-р филос. наук, Узбекистан), *Набиев А.А.* (д-р наук по геонформ., Азербайджанская Республика), *Назаров Р.Р.* (канд. филос. наук, Узбекистан), *Наумов В. А.* (д-р техн. наук, Россия), *Овчинников Ю.Д.* (канд. техн. наук, Россия), *Петров В.О.* (д-р искусствоведения, Россия), *Радкевич М.В.* (д-р техн. наук, Узбекистан), *Рахимбеков С.М.* (д-р техн. наук, Казахстан), *Розыходжаева Г.А.* (д-р мед. наук, Узбекистан), *Романенкова Ю.В.* (д-р искусствоведения, Украина), *Рубцова М.В.* (д-р социол. наук, Россия), *Румянцев Д.Е.* (д-р биол. наук, Россия), *Самков А. В.* (д-р техн. наук, Россия), *Саньков П.Н.* (канд. техн. наук, Украина), *Селитренникова Т.А.* (д-р пед. наук, Россия), *Сибирцев В.А.* (д-р экон. наук, Россия), *Скрипко Т.А.* (д-р экон. наук, Украина), *Сопов А.В.* (д-р ист. наук, Россия), *Стрекалов В.Н.* (д-р физ.-мат. наук, Россия), *Стукаленко Н.М.* (д-р пед. наук, Казахстан), *Субачев Ю.В.* (канд. техн. наук, Россия), *Сулейманов С.Ф.* (канд. мед. наук, Узбекистан), *Трегуб И.В.* (д-р экон. наук, канд. техн. наук, Россия), *Упоров И.В.* (канд. юрид. наук, д-р ист. наук, Россия), *Федоськина Л.А.* (канд. экон. наук, Россия), *Хилтухина Е.Г.* (д-р филос. наук, Россия), *Цицуля С.В.* (канд. экон. наук, Республика Армения), *Чхладзе Г.Б.* (д-р юрид. наук, Грузия), *Шаминина И.Г.* (канд. пед. наук, Россия), *Шарипов М.С.* (канд. техн. наук, Узбекистан), *Шевко Д.Г.* (канд. техн. наук, Россия).

Содержание

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ.....	4
<i>Ruhiyya G.M., Yegana A.A. (Republic of Azerbaijan) THE ROLE OF TECHNOLOGY AND INNOVATION IN SUSTAINABLE AGRICULTURE / Рухия Г.М., Егана А.А. (Азербайджанская Республика) РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ И ИННОВАЦИЙ В УСТОЙЧИВОМ СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ</i>	4
<i>Khramenko E.A. THE MARKETING WAR BETWEEN THE EAST AND WEST: SUCCESS FACTORS AND COMPETITIVE STRATEGIES IN THE GLOBAL MARKET / Храменко Е.А. (Российская Федерация) МАРКЕТИНГОВАЯ ВОЙНА ВОСТОКА И ЗАПАДА: ФАКТОРЫ УСПЕХА И КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ</i>	9
ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ.....	15
<i>Yakhyaeva D.A. (Republic of Uzbekistan) ECONOMIC ASPECTS OF STARTUP FINANCING: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE IMPACT OF FUNDING SOURCES ON GROWTH AND SURVIVAL / Яхьяева Д.А. (Республика Узбекистан) ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ НА РОСТ И ВЫЖИВАЕМОСТЬ</i>	15
МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА.....	20
<i>Яковенко О.Ю. (Российская Федерация) ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА / Yakovenko O.Yu. (Российская Федерация) THE MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING THE TAXATION SYSTEM OF SMALL BUSINESSES</i>	20

THE ROLE OF TECHNOLOGY AND INNOVATION IN SUSTAINABLE AGRICULTURE

Ruhiyya G.M.¹, Yegana A.A.² (Republic of Azerbaijan)

¹Ruhiyya Gambarova Mantik - Associate Professor

²Yegana Abbasova Aziz - Associate Professor

AZERBAIJAN STATE AGRICULTURAL UNIVERSITY,
GANJA, REPUBLIC OF AZERBAIJAN

Abstract: in modern conditions, sustainable development in agriculture becomes a factor in reconciling the dynamic increase in productivity with the observance of environmental protection requirements and strengthening adaptation to climate change. The article examines the role of technology and innovation in sustainable agriculture of the Republic of Azerbaijan in ensuring the long-term viability and productivity of the agricultural sector and makes appropriate assessments.

At the same time, the measures taken in the field of development of the agrarian sector in recent times, in addition to accelerating the innovation process, have paved the way for the expansion of the application of sustainable production methods in the field. The article discusses the opportunities available in this direction. It is shown that the implementation of sustainable development in our country needs to be accepted as one of the main principles of the general development strategy of agriculture and the implementation of this principle must be reflected in the directions, priorities and mechanisms of the said strategy. In this regard, the need for new approaches to the perspective of the formation of state support for agriculture, primarily the provision of producers with innovative technologies, comes to the fore.

Keywords: sustainable development, sustainable agriculture, innovative development, technology, etc.

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ И ИННОВАЦИЙ В УСТОЙЧИВОМ СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Рухия Г.М.¹, Егана А.А.² (Азербайджанская Республика)

¹Рухия Гамбарова Мантик - доцент

²Егана Аббасова Азиз - доцент

Азербайджанский государственный аграрный университет,
г. Гянджа, Азербайджанская Республика

Аннотация: в современных условиях устойчивое развитие в сельском хозяйстве становится фактором согласования динамичного роста производительности с соблюдением требований охраны окружающей среды и усилением адаптации к изменению климата. В статье рассматривается роль технологий и инноваций в устойчивом сельском хозяйстве Азербайджанской Республики в обеспечении долгосрочной жизнеспособности и производительности аграрного сектора и даются соответствующие оценки.

В то же время меры, принятые в области развития аграрного сектора в последнее время, помимо ускорения инновационного процесса, проложили путь к расширению применения устойчивых методов производства в этой области. В статье обсуждаются имеющиеся в этом направлении возможности. Показано, что внедрение устойчивого развития в нашей стране необходимо принять в качестве одного из основных принципов общей стратегии развития сельского хозяйства и реализация этого принципа должна быть отражена в направлениях, приоритетах и

механизмах указанной стратегии. В этой связи на первый план выходит необходимость новых подходов к перспективе формирования государственной поддержки сельского хозяйства, в первую очередь обеспечения производителей инновационными технологиями.

Ключевые слова: устойчивое развитие, устойчивое сельское хозяйство, инновационное развитие, технологии и др.

Introduction

Currently, innovation in the agricultural sector has become a factor ensuring dynamic growth. However, the ineffective use of resources in agriculture is also threatening the health of the environment in our country, as in the whole world. This creates a threat of deterioration of the general ecological situation in a situation where the legacy of the negative impact of intensification carried out in previous periods on the natural capital used in agriculture has not been completely eliminated.

Approaching sustainability from an economic perspective is understood as being able to take into account the comparison of the costs of sustainability with the benefits obtained from it [5].

In accordance with the country's long-term development strategy, the resources directed to the agricultural sector will continue to increase in order to increase productivity. In terms of finding effective ways to reduce the harmful effects of that process on the environment, the concept of sustainable development of agriculture, which has recently become the subject of widespread discussion, attracts attention.

At the same time, in terms of providing the country's population with healthy agricultural products, the concepts of state support for agriculture, which ensure the innovative development of agriculture, and a number of concepts given in this direction are of great importance in ensuring the long-term viability and productivity of the agricultural sector in the country.

In this regard, concepts such as the Decree of the President of the Republic of Azerbaijan No. 413 dated December 19, 2018 “On improving state support for agriculture and leasing activities in the agricultural sector”, the Decree of the President of the Republic of Azerbaijan dated April 14, 2023 on the Regulation on the “Electronic Agriculture” information system”, the Law of the President of the Republic of Azerbaijan dated May 5, 2022 “On Food Safety”, the Law of the President of the Republic of Azerbaijan dated June 13, 2008 “On Ecologically Clean Agriculture”, etc. can be noted.

Methodological approaches

The role of technology and innovation in sustainable agriculture is crucial to ensuring the long-term viability and productivity of the agricultural sector. Technology has revolutionized all aspects of agriculture, from crop production to livestock management, and has become an indispensable tool for achieving the SDGs [6]. One important aspect in which technology plays a key role is precision agriculture. Advanced technologies such as remote sensing, geographic information systems (GIS), and global positioning systems (GPS) allow farmers to accurately monitor the condition of their fields and optimize resource allocation. This allows for the efficient use of water, fertilizers, and pesticides, reducing waste while increasing productivity [7]. In addition, innovative technologies have enabled the development of genetically modified crops that are resistant to pests, diseases, or environmental stresses. These crops not only increase yields but also reduce the need for harmful chemicals used in traditional farming practices [8]. Technology is also facilitating data-driven decision-making through smart farming systems. By using sensors and IoT devices to collect real-time data on weather conditions, soil moisture, or pest infestations, farmers can make informed choices about irrigation [9].

This helps to minimize resource loss while maintaining optimal crop health. In addition, technology has facilitated the adoption of alternative energy sources such as solar power or biogas in agricultural operations. By reducing the reliance on fossil fuels for irrigation

pumps or machinery, these innovations contribute to reducing greenhouse gas emissions and promoting a more sustainable energy mix [10]. The implementation of sustainable farming techniques and methods is essential to achieve sustainable development in the agricultural sector. These practices aim to minimize negative environmental impacts, conserve natural resources, and ensure long-term food security [11]. One of the key aspects of sustainable agriculture is soil conservation. Farmers can adopt practices such as crop rotation, cover cropping, and reduced tillage to improve soil health and productivity. Crop rotation helps to break the cycle of pests by alternating different crops in a given area over time while increasing soil nutrients [12].

Cover cropping involves planting specific crops in the fall to prevent erosion and maintain soil structure. Reduced tillage techniques minimize soil disturbance while preserving soil organic matter. Water efficiency is another important component of sustainable agriculture. Implementing water-efficient irrigation systems can help conserve this valuable resource while optimizing crop growth.

Precision agriculture technologies, such as drip irrigation or sensor-based systems, allow farmers to reduce water use and apply it precisely where it is needed [13]. In addition, integrated pest management (IPM) practices are essential for sustainable agriculture. IPM involves the use of biological control methods, crop rotation, resistant varieties, and targeted chemical applications to effectively manage pests and minimize environmental impacts [14]. Sustainable agriculture in agriculture, by adopting techniques and methods, increases both environmental control and economic viability for future generations.

The development of innovative activity, which plays an important role in accelerating the modernization of agriculture, should be carried out through the necessary scientific research. It should also be determined by the application of the obtained scientific results in the production process, and the system should be organized according to this content [15].

The role of agricultural policy in sustainable agriculture is crucial for achieving long-term development and addressing the challenges facing the agricultural sector [16]. Foreign experience plays an important role in creating an enabling environment that supports farmers, while also ensuring food security for their populations. One of the key aspects of agricultural policy is the provision of financial incentives and subsidies to encourage farmers to adopt sustainable agricultural practices. This may include grants for the application of environmentally friendly technologies, the promotion of organic farming methods, or investments in renewable energy sources on farms [17]. Such government support helps to reduce the financial burden on farmers and to achieve sustainability. In addition, government support can regulate and enforce environmental standards and regulations in the agricultural sector. By setting clear guidelines for efficient water use, pesticide use, waste management, and soil protection, it can ensure that agricultural activities are carried out sustainably without harming the country's natural resources or ecosystems [18]. At the same time, countries around the world have a responsibility to invest in research and development programs aimed at increasing agricultural productivity while minimizing environmental impact.

It can also strengthen farmers' skills in this direction by providing training programs on efficient use of resources [19]. Furthermore, sustainable management of natural resources in agriculture is a key component of the long-term development of the agricultural sector and improving living standards. This involves ensuring the efficient use of resources while minimizing negative impacts on the environment [20].

One of the key aspects of sustainable resource management is the aforementioned soil conservation. Soil erosion and degradation pose a serious threat to agricultural productivity. Implementation of measures such as contour tillage, terracing, and agroforestry can help prevent erosion, maintain soil fertility, and increase water infiltration capacity. In addition, the integration of agroecological approaches that reduce dependence on chemicals can develop more sustainable agricultural systems.

Finally, energy consumption in agriculture should be addressed in a sustainable manner by switching to renewable energy sources such as solar or wind power for irrigation systems or farm machinery operations [21-22].

Conclusions

Thus, it is clear that agriculture is currently at a critical juncture in the economy, facing multiple challenges that require urgent attention. The article highlights some of the current trends, changes and future sustainability in the agricultural sector.

Sustainable development of agriculture requires a holistic approach that recognizes the importance of biodiversity and conservation. By engaging biodiversity in agriculture, in line with global climate change and geopolitical issues, in line with the SDGs, our society and economy can create sustainable ecosystems that support long-term food production while conserving natural resources.

In agriculture, it is necessary to balance economic efficiency with environmental stewardship, while ensuring sustainable management of natural resources. In order to achieve sustainable development in the agricultural sector, it is important to focus on economic efficiency and social development. At the same time, it is necessary to ensure that sustainable agricultural practices are economically viable while promoting social inclusion. In this way, efficient use of resources necessitates the achievement of economic efficiency.

Thus, the development of sustainable agriculture should focus on optimizing the use of natural resources such as water, land, as well as energy.

By implementing innovative technologies, farmers can minimize waste, reduce costs, and increase productivity. In addition, diversifying income sources through value-added activities such as organic certification or agritourism can increase financial stability for farmers. In addition, social equity plays an important role in sustainable agriculture, as it aims to create an inclusive society in which all participants have equal opportunities for development.

Providing smallholder farmers with access to land, credit and markets is essential for their economic empowerment. Implementing fair trade practices that provide producers with remunerative prices can also help close the income gap between smallholders and larger agricultural enterprises.

In conclusion, e-agriculture, by leveraging digital information and communication technologies, can enhance the environmental, social and economic sustainability of the modern agricultural sector of the economy. It is through such joint efforts that our society and economy can create sustainable agricultural systems and secure food systems for future generations.

References / Список литературы

1. "The Decree of the President of the Republic of Azerbaijan No. 413 dated December 19, 2018 "On improving state support for agriculture and leasing activities in the agricultural sector"
2. The Decree of the President of the Republic of Azerbaijan dated April 14, 2023 on the Regulation on the "Electronic Agriculture" information system"
3. The Law of the President of the Republic of Azerbaijan dated May 5, 2022 "On Food Safety"
4. The Law of the President of the Republic of Azerbaijan dated June 13, 2008 "On Ecologically Clean Agriculture".
5. *Gambarova R., Saliyeva V.* SOCIO-ECONOMIC ASPECTS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT Вестник науки и образования 2023. № 1 (132). Часть 1 Российский импакт-фактор: 3,58 НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ
6. *B. Kheyfets, V. Chernova* Sustainable agriculture in Russia: research on the dynamics of innovation activity and labor productivity. Entrepreneurship and Sustainability Issues, 7(2), 814-824 (2019).

7. *W. Zhao, M. Wang, V. Pham* Unmanned aerial vehicle and geospatial analysis in smart irrigation and crop monitoring on IoT platform. *Mobile Information Systems*, 4213645, (2023).
8. *K. Kumar, G. Gambhir, A. Dass, A. Tripathi, A. Singh, A. Jha, S. Rakshit* Genetically modified crops: current status and future prospects, *Planta*, 251, 1-27 (2020).
9. *K. Asha, N. Gahana, S. Gowda, C. Harsha, D. Chandana* Agriculture Automation System using Machine Learning and Internet of Things. *International Journal of Engineering and Management Research*, 13(3), 163-167 (2023).
10. *E. Lisin, A. Sobolev, W. Strielkowski, W. I. Garanin* Thermal efficiency of cogeneration units with multi-stage reheating for Russian municipal heating systems. *Energies*, 9(4), 269 (2016).
11. *Srivastav R., Dhyani M., Ranjan S., Madhav M. Sillanpää*, Climate-resilient strategies for sustainable management of water resources and agriculture. *Environmental Science and Pollution Research*, 28(31), 41576-41595 (2021).
12. *E. Kebede* Contribution, utilization, and improvement of legumes-driven biological nitrogen fixation in agricultural systems. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, 5, 767998 (2021).
13. *E. Bwambale, F. Abagale, G. Anornu* Smart irrigation monitoring and control strategies for improving water use efficiency in precision agriculture: *Agricultural Water Management*, 260, 107324 (2022).
14. *B. Baker, T. Green, A. Loker* Biological control and integrated pest management in organic and conventional systems. *Biological Control*, 140, 104095 (2020).
15. *Гамбаровва Р.М.* МОДЕРНИЗАЦИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА И РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ. https://e.mail.ru/search/inbox/1:25f8a99e531859ce:0/15227558020000000102/?q_from=info%40p8n.ru
16. *Adenle K., Wedig H., Azadi* Sustainable agriculture and food security in Africa: The role of innovative technologies and international organizations, *Technology in Society*, 58, 101143 (2019).
17. *H. Wang, X. Wang, A. Sarkar, F. Zhang* How capital endowment and ecological cognition affect environment-friendly technology adoption: A case of apple farmers of Shandong province, China. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(14), 7571 (2021).
18. *Z. Cheng, S. Kong* The effect of environmental regulation on green total-factor productivity in China's industry. *Environmental Impact Assessment Review*, 94, 106757 (2022).
19. *M. Mazumder, M. Kabir* Farmers' adaptations strategies towards soil salinity effects in agriculture: the interior coast of Bangladesh. *Climate Policy*, 22(4), 464-479 (2022).
20. *Raihan A. Tuspekova* Nexus between emission reduction factors and anthropogenic carbon emissions in India. *Anthropocene Science*, 1(2), 295-310 (2022).
21. *G. Chebotareva, M. Tvaronavičienė, L. Gorina, W. Strielkowski, J. Shiryaeva, Y. Petrenko* Revealing renewable energy perspectives via the analysis of the wholesale electricity market. *Energies*, 15(3), 838 (2022) E3S Web of Conferences 1,01030 (2023) ITSE-2023 <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202343101030> 9.
22. *Y. Majeed, M. Khan, M. Waseem, U. Zahid, F. Mahmood, F. Majeed, A. Raza* Renewable energy as an alternative source for energy management in agriculture. *Energy Reports*, 10, 344-359 (2023).
23. *M. Zhang, T. Yan, W. Wang, X. Jia, J. Wang, J. Klemeš* Energy-saving design and control strategy towards modern sustainable greenhou.

THE MARKETING WAR BETWEEN THE EAST AND WEST: SUCCESS FACTORS AND COMPETITIVE STRATEGIES IN THE GLOBAL MARKET

Khramenko E.A.

*Khramenko Eva Alexandrovna - student of the master's
DEGREE IN MANAGEMENT,
SCHOOL OF ECONOMICS AND MANAGEMENT OF THE FAR EASTERN FEDERAL
UNIVERSITY,
VLADIVOSTOK*

Abstract: The article examines the competitive confrontation between Eastern and Western brands in the global market of marketing and e-commerce. The article analyzes the strategies of Chinese companies that ensure their rapid growth, as well as the approaches of Western brands that rely on premium, sustainable development and customer loyalty. Special attention is paid to the role of digital technologies, artificial intelligence and social platforms in marketing campaigns. The article examines the economic factors influencing competition, as well as the prospects for the development of the global market in the context of digitalization and new financial instruments.

Keywords: marketing strategies, global competition, digital technologies, social platforms, personalization, international market.

МАРКЕТИНГОВАЯ ВОЙНА ВОСТОКА И ЗАПАДА: ФАКТОРЫ УСПЕХА И КОНКУРЕНТНЫЕ СТРАТЕГИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

Храменко Е.А. (Российская Федерация)

*Храменко Ева Александровна - студент магистратуры,
направления подготовки «Менеджмент»
Школы экономики и менеджмента Дальневосточного федерального университета,
г. Владивосток*

Аннотация: в статье рассматривается конкурентное противостояние между восточными и западными брендами на глобальном рынке маркетинга и электронной коммерции. Анализируются стратегии китайских компаний, обеспечивающие их стремительный рост, а также подходы западных брендов, делающих ставку на премиальность, устойчивое развитие и лояльность клиентов. Особое внимание уделяется роли цифровых технологий, искусственного интеллекта и социальных платформ в маркетинговых кампаниях. Исследуются экономические факторы, влияющие на конкурентную борьбу, а также перспективы развития мирового рынка в условиях цифровизации и новых финансовых инструментов.

Ключевые слова: маркетинговые стратегии, глобальная конкуренция, цифровые технологии, социальные платформы, персонализация, международный рынок.

Введение. Мировая экономика в 2025 году становится ареной жесткой конкуренции, где Восток и Запад ведут борьбу за доминирование в маркетинговых стратегиях, инновациях и потребительском доверии. В центре этой «маркетинговой войны» находятся два мощных игрока: китайские технологические и торговые гиганты с их молниеносной адаптацией и агрессивным выходом на новые рынки, и западные компании, которые пытаются не только удержать свои позиции, но и адаптироваться к изменяющимся условиям.

Один из ключевых аспектов этого противостояния — глобальный рынок ритейла и e-commerce. Еще несколько лет назад западные компании, такие как Amazon, Zara и H&M, задавали тон в международной торговле, однако в последние годы ситуация резко изменилась. Китайские бренды, используя гибкие цепочки поставок, алгоритмический маркетинг и динамичное ценообразование, захватывают все большую долю рынка. Например, компания Shein в 2023 году сгенерировала около 32,2 миллиарда долларов продаж по всему миру, что на 41,85% больше, чем в предыдущем году. В 2024 году прогнозируемая выручка Shein составит 50 миллиардов долларов, что ставит компанию в один ряд с мировыми fashion-гигантами [11].

Что делает китайские бренды настолько успешными? Ответ кроется в их способности моментально реагировать на тренды и предлагать потребителям то, что они хотят, быстрее, чем конкуренты. Shein представила 1,5 миллиона новых товаров в период с ноября 2022 по ноябрь 2023 года — это в 37 раз больше, чем у Zara, и в 65 раз больше, чем у H&M [10]. Такой уровень оперативности обеспечивается за счет гибких производственных мощностей, искусственного интеллекта, анализирующего тренды, и прямых поставок без посредников.

Западные компании, в свою очередь, делают ставку на устойчивость, качество и репутацию. Например, Zara и H&M продолжают развивать линейки экологически чистой моды, ориентируясь на тренды осознанного потребления, которые становятся все более популярными среди миллениалов и поколения Z в Европе и США. Однако цены на производство, логистику и сырье растут, что делает конкуренцию с китайскими брендами еще сложнее.

Но дело не только в ценах и скорости. Эта «маркетинговая война» — это борьба двух стратегий:

1. Китайская модель: дешевизна, массовость, алгоритмический анализ потребительского спроса, мгновенный выпуск новинок, акцент на digital-каналы (TikTok, Temu, Shein).

2. Западная модель: премиальность, брендовая ценность, осознанное потребление, ориентация на лояльность клиентов, сильные маркетинговые кампании.

В данной работе автор исследует ключевые конкурентные стратегии Востока и Запада, факторы успеха китайских брендов, возможности адаптации западных компаний, а также проанализирует, как будет развиваться международная маркетинговая борьба в ближайшие годы.

В последние годы китайские бренды демонстрируют впечатляющий рост на мировом рынке, что обусловлено рядом факторов. Одним из ключевых аспектов их успеха является технологическое развитие и высокий уровень инноваций. Согласно отчету Всемирного банка, Китай уже в 2023 году опережал США и ЕС по числу поданных патентных заявок, зарегистрировав более 1,5 миллиона патентов в год [4]. Это свидетельствует о стремлении китайских компаний к доминированию в области высоких технологий, что отражается в динамичном развитии таких секторов, как искусственный интеллект, биотехнологии и полупроводниковая промышленность. Компании, такие как Huawei и BYD, стали символами китайского технологического прогресса, конкурируя на мировом уровне с западными корпорациями.

Еще одним фактором является гибкость и адаптивность китайских брендов. В условиях динамичного изменения потребительских предпочтений компании быстро реагируют на новые тренды, используя передовые маркетинговые стратегии. Например, рост популярности платформы TikTok как инструмента продвижения товаров позволил китайским производителям значительно увеличить экспорт через механизмы прямых продаж. Китайские бренды DTC (Direct-to-Consumer) активно используют аналитику данных, позволяющую им предлагать персонализированные продукты и повышать уровень вовлеченности потребителей. Это подтверждается отчетом McKinsey, согласно которому 65% китайских компаний в 2024 году интегрировали AI-решения в маркетинг и продажи [8].

Кроме того, значимую роль играет государственная поддержка. Программа «Сделано в Китае 2025» направлена на развитие национальной промышленности и снижение зависимости от иностранных технологий. Благодаря субсидиям и налоговым льготам китайские компании получают значительные конкурентные преимущества. Однако такая политика вызывает обеспокоенность на Западе. США и ЕС рассматривают Китай как потенциальную угрозу своим экономическим интересам, что выражается во введении санкций против ключевых китайских компаний, включая ограничения на экспорт передовых технологий [5]. Тем не менее, несмотря на внешнеполитическое давление, Китай продолжает укреплять свои позиции, используя внутренний рынок как полигон для тестирования и масштабирования новых решений. В 2024 году внутреннее потребление в Китае выросло на 3,5% по данным китайского государственного статистического управления, что обеспечивает устойчивый спрос на продукцию местных производителей [7].

Западные бренды, сталкиваясь с растущей конкуренцией со стороны китайских компаний, вынуждены пересматривать свои стратегии для сохранения позиций на глобальном рынке. Одним из ключевых направлений адаптации является повышение качества продукции и внедрение инноваций. Компании, такие как Apple и Tesla, продолжают акцентировать внимание на разработке уникальных продуктов с добавленной ценностью, что позволяет им удерживать лидерство в премиум-сегменте. Например, в 2024 году Apple заняла 45% мирового рынка смартфонов премиум-класса, несмотря на усиливающееся давление со стороны китайских брендов [8].

В условиях глобализации и цифровизации западные бренды усиливают локализацию продуктов, адаптируя их под культурные и экономические реалии различных рынков. Например, Nike и Adidas увеличили маркетинговые расходы в Китае, активно используя платформы, такие как WeChat и Douyin, для персонализированных предложений и укрепления связи с местными потребителями. Это позволяет им не только повышать уровень вовлеченности, но и продвигать свои товары напрямую потребителям, а также соответствовать трендам, активно меняющимся в разных регионах.

Однако конкуренция с китайскими брендами, особенно в таких секторах, как электроника и автомобили, вынуждает западные компании пересматривать свои цепочки поставок и снижать издержки. Для этого они инвестируют в технологии, такие как искусственный интеллект и машинное обучение. Согласно отчету McKinsey, 65% крупных западных компаний в 2024 году внедряют AI-решения для повышения эффективности бизнес-процессов и улучшения обслуживания клиентов [8]. Это позволяет не только улучшить операционную эффективность, но и предлагать более персонализированные и конкурентоспособные продукты.

Конкуренция на мировом рынке становится все более напряженной, и маркетинговые стратегии, используемые брендами Востока и Запада, играют решающую роль в их успехе. Несмотря на значительные различия в подходах, как восточные, так и западные компании фокусируются на инновациях и интеграции новых технологий в свои рекламные кампании, чтобы удержать внимание потребителей и завоевать их лояльность.

Западные бренды, такие как Nike и Adidas, продолжали активно использовать традиционные маркетинговые каналы, такие как телевидение, наружную рекламу и социальные медиа. Однако в последние годы они все больше ориентируются на цифровые платформы, такие как Instagram и Facebook, которые предоставляют возможность более точно нацеливать рекламу и строить взаимодействие с потребителями через уникальный контент. В 2024 году расходы на цифровую рекламу в США значительно возросли, достигнув \$309,3 млрд, что на 15,1% больше по сравнению с предыдущим годом, что составляет 60% всех рекламных расходов в стране [9]. Растущая значимость социальных сетей подтверждается и увеличением

числа пользователей платформ Instagram и Facebook в Восточной Азии, где цифровой маркетинг уже давно стал основным инструментом для взаимодействия с покупателями.

К примеру, в Китае соцсети, такие как WeChat и Douyin (китайская версия TikTok), стали основными платформами для продвижения товаров и услуг. Согласно исследованию McKinsey, более 80% китайских брендов используют WeChat для увеличения вовлеченности с пользователями, включая интеграцию онлайн-магазинов и возможностей для «бесшовных» покупок через платформу [6]. Это позволяет не только продвигать товары, но и создавать экологичную систему, которая эффективно связывает бренды с потребителями на всех этапах покупательского пути.

Кроме того, китайские бренды, такие как Xiaomi и Huawei, активно внедряют передовые технологии и персонализированные рекламные стратегии для создания глубокой связи с аудиторией. Xiaomi, например, использует платформы и технологии для сбора данных о потребительских предпочтениях, что позволяет создавать целевые рекламные кампании и предложения, которые отвечают интересам каждого отдельного клиента. В 2024 году китайские бренды, такие как Xiaomi, значительно усилили свои позиции на мировом рынке смартфонов. Xiaomi продемонстрировала наибольший рост среди ведущих производителей, увеличив свои поставки на 12% по сравнению с предыдущим годом, используя для этого локализованные маркетинговые стратегии и более низкие цены на свои устройства. Это позволило компании занять третье место по объемам продаж, обогнав Samsung и Apple, чьи доли рынка снизились [2].

Ключевым отличием восточных брендов является активное использование инфлюенсеров и микроинфлюенсеров. Исследования показывают, что китайские потребители более склонны к покупкам под влиянием знаменитостей и лидеров мнений, чем потребители на Западе. Согласно исследованию, более 60% китайских потребителей в возрасте 18–34 лет утверждают, что их решения о покупке часто зависят от рекомендаций инфлюенсеров [1]. Эта тенденция стала особенно очевидной с ростом популярности платформ Douyin и WeChat, где рекламные кампании с участием популярных блогеров дают заметное увеличение продаж и вовлеченности аудитории.

Таким образом, можно выделить различие в подходах Востока и Запада в маркетинговых стратегиях, которое стало не только отражением культурных особенностей, но и адаптацией к меняющимся экономическим и технологическим условиям. Западные бренды продолжают использовать проверенные каналы для массового охвата, при этом активно развивая цифровые инструменты, тогда как китайские компании делают акцент на персонализации и инновационных подходах, что позволяет им эффективно конкурировать на глобальной арене.

Так, будущее конкуренции Востока и Запада в маркетинге будет зависеть от множества факторов, среди которых можно выделить проникновение китайских брендов на западные рынки, влияние цифровых технологий, а также новые финансовые инструменты, такие как криптовалюты и блокчейн. Эти переменные не только создают новые вызовы, но и открывают огромные возможности для компаний, стремящихся укрепить свои позиции в глобальном рынке.

Китайские бренды, такие как Huawei, Xiaomi и Alibaba, значительно усиливают свое присутствие на международной арене, и их успехи в последние годы подтверждают этот тренд. Huawei, например, в 2023 году стал одним из лидеров на рынке смартфонов, которые составляют 40% мирового рынка смартфонов с поддержкой 5G [3]. В то время как западные бренды до сих пор доминируют в высококачественных нишах, китайские компании уверенно захватывают массовые сегменты рынка, используя современные маркетинговые инструменты. Применение технологий и стратегий, ориентированных на цифровые платформы, таких как WeChat и Douyin (китайская версия TikTok), позволяет китайским брендам эффективно взаимодействовать с молодежной аудиторией, увеличивая свою долю на международных рынках.

С другой стороны, западные компании, в частности такие гиганты, как Amazon, Google и Starbucks, не остаются в стороне и активно адаптируют свои стратегии для работы на китайском рынке. Starbucks, в свою очередь, использует мобильные приложения и локализованные маркетинговые стратегии для повышения своей привлекательности среди китайских потребителей. Starbucks также использует платформы WeChat и Weibo для продвижения своих товаров, что позволяет бренду оставаться конкурентоспособным в условиях высокой цифровизации китайского рынка.

Не менее важным фактором, определяющим будущее конкуренции Востока и Запада в маркетинге, являются новые финансовые технологии, такие как криптовалюты и блокчейн. Китай активно развивает свою цифровую валюту (CBDC), которая тестируется в крупных городах, таких как Шэньчжэнь, и ожидается, что она окажет значительное влияние на мировой финансовый рынок. Так, цифровой юань может стать новым инструментом для международных транзакций, что откроет китайским брендам доступ к международным рынкам, снижая расходы на международные переводы и ускоряя сделки.

Западные страны также не остаются в стороне от развития блокчейн-технологий. В США и Европе активно разрабатываются собственные проекты, связанные с криптовалютами и блокчейном, с целью улучшения безопасности и прозрачности финансовых транзакций.

Таким образом, конкуренция Востока и Запада в маркетинге будет определяться тем, насколько эффективно компании смогут интегрировать инновации и адаптировать свои стратегии к новым финансовым и цифровым условиям. Китай, благодаря своим успехам в области технологий и финансов, продолжает захватывать новые рынки, в то время как западные компании вынуждены трансформировать свои стратегии, чтобы сохранить конкурентоспособность в условиях глобальных изменений.

Заключение. Подводя итоги, можно еще раз отметить, что конкурентная борьба между восточными и западными брендами в сфере маркетинга продолжает набирать обороты. Китайские компании демонстрируют выдающиеся темпы роста, используя гибкие стратегии, технологические инновации и активное внедрение цифровых платформ. В то же время западные бренды сохраняют лидирующие позиции в премиум-сегменте, делая ставку на качество, репутацию и устойчивое развитие.

Несмотря на различные подходы к маркетингу, обе стороны все больше интегрируют цифровые технологии, искусственный интеллект и аналитику данных, стремясь лучше понимать и предугадывать потребительские предпочтения. Геополитические факторы, регулирование и развитие новых финансовых инструментов, таких как цифровые валюты и блокчейн, также будут играть ключевую роль в формировании будущего глобальной конкуренции.

Маркетинговая «война» между Востоком и Западом не только отражает текущие экономические реалии, но и формирует будущее мировой торговли и бизнеса. В условиях растущей конкуренции бренды, которые смогут быстрее адаптироваться к изменениям, внедрять инновации и выстраивать эффективные стратегии взаимодействия с глобальной аудиторией, получат значительное преимущество.

Список литературы / References

1. Влияние одобрения знаменитостей на поведение потребителей // DataBridge 19.04.2022 // URL: <https://www.databridgemarketresearch.com/ru/covid-19-resources/impact-on-consumer-behavior-of-celebrity-endorsements?srsId=AfmBOooXKpDWHBV8BEdGEkFT85x1hVMSfBybT8CE7e8TxBPfFtomsFst&>
2. *Матвей Филькин.* Apple дышит в спину Samsung, а у Xiaomi самый высокий темп роста: итоги мировых продаж смартфонов за 2024 год // wylsa.com 13.01.2025 //

URL: <https://wylsa.com/apple-dyshit-v-spinu-samsung-a-xiaomi-podroslo-bolshe-vseh-itogi-mirovyyh-prodazh-smartfonov-za-2024-god/>

3. Смартфоны (мировой рынок) // TAdviser 03.02.2025 // URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A1%D0%BC%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%84%D0%BE%D0%BD%D1%8B_%28%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%29?
4. Статистический профиль стран по интеллектуальной собственности 2023 // WIPO 2023 // URL: <https://www.wipo.int/edocs/statistics-country-profile/ru/cn.pdf?>
5. США ограничили экспорт в Китай чипов для искусственного интеллекта - где бы они ни производились // BBC 07.10.2022 // URL: <https://www.bbc.com/russian/news-63178913?>
6. Фуколова Ю. В. Покупай у людей. Социальная коммерция как будущее шопинга // НИУ ВШЭ 16.06.2023 // URL: <https://gsb.hse.ru/newmanagement/news/843090489.html?>
7. Экономика Китая продолжает придавать новый импульс мировому развитию - посол КНР в Казахстане // СИНЬХУА Новости 24.01.2025 // URL: https://russian.news.cn/20250124/6a8928797ed0481ebb70a1b20f369449/c.html?utm_source
8. Heather Hanselman. The state of AI in early 2024: Gen AI adoption spikes and starts to generate value // McKinsey & Company 30.05.2024 // URL: <https://www.mckinsey.com/capabilities/quantumblack/our-insights/the-state-of-ai?>
9. Jeremy Goldman. US digital ad spend to exceed \$300 billion in 2024 // Emarketer 16.12.2024 // URL: <https://www.emarketer.com/content/us-digital-ad-spend-exceed-300-billion-2024?>
10. Katherine Masters. How Shein outgrew Zara and H&M and pioneered fast-fashion 2.0 // Reuters 13.12.2023 // URL: <https://www.reuters.com/business/retail-consumer/how-shein-outgrew-zara-hm-pioneered-fast-fashion-20-2023-12-13/?>
11. Shein Revenue and Usage Stats // Backlinko 30.01.2025 // URL: <https://backlinko.com/shein-stats?>

ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

ECONOMIC ASPECTS OF STARTUP FINANCING: A COMPARATIVE ANALYSIS OF THE IMPACT OF FUNDING SOURCES ON GROWTH AND SURVIVAL

Yakhyaeva D.A. (Republic of Uzbekistan)

Yakhyaeva Diloram Abidovna – Head of the Information Resource Center,
HIGHER SCHOOL OF BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP,
TASHKENT, REPUBLIC OF UZBEKISTAN

Abstract: this article examines the economic aspects of startup financing, including a comparative analysis of various funding sources (venture capital funds, government grants, crowdfunding, and angel investors) across different stages of the startup lifecycle. Particular attention is paid to regional differences, with a focus on the development of Uzbekistan's startup ecosystem, which has seen significant growth in venture financing and the advancement of the technology sector. The study is based on an analysis of empirical data as well as a review of domestic and international practices. Key factors influencing the choice of funding sources are identified, including the stage of startup development, industry specificity, and geographical location. The findings have both theoretical and practical significance for entrepreneurs, investors, and government institutions interested in supporting innovative entrepreneurship.

Keywords: startup financing, venture capital, crowdfunding, startup lifecycle, innovation economy, government support, regional differences.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИСТОЧНИКОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ НА РОСТ И ВЫЖИВАЕМОСТЬ

Яхьяева Д.А. (Республика Узбекистан)

Яхьяева Дилорам Абидовна – руководитель информационно-ресурсного центра,
Высшая школа бизнеса и предпринимательства,
г. Ташкент, Республика Узбекистан

Аннотация: в статье рассмотрены экономические аспекты финансирования стартапов, включая сравнительный анализ различных источников финансирования (венчурные фонды, государственные гранты, краудфандинг и бизнес-ангелы) на разных стадиях их жизненного цикла. Особое внимание уделено региональным различиям, включая развитие стартап-экосистемы Узбекистана, где наблюдается значительный рост венчурного финансирования и развитие технологического сектора. Исследование базируется на анализе эмпирических данных, а также на обзоре отечественной и зарубежной практики. Выделены ключевые факторы, влияющие на выбор источников финансирования, такие как стадия развития стартапа, отраслевая специфика и географическое положение. Результаты исследования имеют как теоретическое, так и практическое значение для предпринимателей, инвесторов и государственных органов, заинтересованных в поддержке инновационного предпринимательства.

Ключевые слова: *финансирование стартапов, венчурные инвестиции, краудфандинг, жизненный цикл стартапов, инновационная экономика, государственная поддержка, региональные различия.*

В последние годы стартап-экосистема Узбекистана демонстрирует значительный рост, особенно в технологическом секторе. В 2023 году узбекистанские стартапы привлекли \$6,3 млн венчурных инвестиций, что на 110% больше по сравнению с 2022 годом. Количество венчурных сделок увеличилось с 24 в 2022 году до 34 в 2023 году, при этом средний размер сделки также возрос.

Основная часть инвестиций была направлена на стартапы на стадии seed (51%), за ними следуют проекты на стадиях pre-seed (22%), pre-series A и growth (по 13,5% каждая). Сектор финтеха привлек наибольший объем инвестиций — \$2,75 млн, за ним следует логистика с \$1,75 млн. [1].

В 2022–2023 годах узбекистанские венчурные фонды инвестировали в стартапы \$3,39 млн. Лидером стал фонд AloqaVentures с вложениями в \$1,87 млн, затем UzVC (\$700 тыс.) и Semurg.vc (\$550 тыс.) [2].

Крупнейшим достижением стало появление первого технологического "единорога" — экосистемы Uzum, оцененной в более чем \$1 млрд после привлечения \$100 млн инвестиций в марте 2023 года [1].

Однако, несмотря на положительные тенденции, финансирование остается ключевым препятствием для многих стартапов, особенно на ранних стадиях развития проекта, когда присутствует высокая неопределенность и ограниченность ресурсов. В рамках данной статьи впервые проведен комплексный анализ с учетом специфики Узбекистана. Нами исследуется влияние различных источников финансирования на рост и выживаемость стартапов, а также их эффективность в зависимости от стадии жизненного цикла, отрасли и региона.

Цель исследования – определить, как выбор источника финансирования влияет на успешность стартапов и какие факторы следует учитывать при его выборе. Новизна исследования заключается в комплексном сравнении источников финансирования с учетом их специфики и актуальных глобальных тенденций.

Литература, посвященная финансированию стартапов, подчеркивает разнообразие источников и стратегий их применения. Венчурные фонды являются одним из наиболее распространенных инструментов финансирования, особенно в технологических отраслях. Исследования показывают, что венчурные инвестиции способствуют быстрому росту, но ограничивают доступность для стартапов на самых ранних стадиях [3, 4].

Краудфандинг и бизнес-ангелы становятся популярными альтернативами, особенно для компаний, находящихся на посевной стадии [5, 6]. В то же время во многих странах с развивающейся экономикой наблюдается высокая роль государственных инвестиций, что обусловлено недостаточным развитием частных инвестиционных механизмов [3, 6].

Важным аспектом является влияние отраслевой специфики [7]. Например, биотехнологические стартапы чаще всего полагаются на гранты, тогда как IT-компании более привлекательны для венчурных фондов и бизнес-ангелов [8].

Исследование основывается на сравнительном анализе данных из опубликованных в открытом доступе результатов научных исследований. Используются следующие методы:

- Систематизация источников финансирования по стадиям жизненного цикла стартапов (посевная стадия, стартап, рост, расширение).
- Сравнительный анализ структуры финансирования в разных странах и отраслях.

- Оценка влияния источников финансирования на ключевые показатели: выживаемость стартапа, рост доходов, привлечение новых инвестиций.

Для анализа использовались статистические данные, представленные в научных публикациях, а также кейсы из практики финансирования стартапов. Для более наглядного представления полученных данных была разработана таблица 1, отражающая особенности источников финансирования на различных стадиях жизненного цикла стартапов:

Таблица 1. Особенности источников финансирования стартапов на различных стадиях их жизненного цикла.

Стадия развития	Основные источники финансирования	Особенности и ограничения	Примеры
Посевная стадия	Краудфандинг, бизнес-ангелы	Низкие требования к отчетности, высокая неопределенность успеха.	Бизнес-ангелы в IT-секторе, краудфандинг для гаджетов
Стартап	Венчурные фонды, гранты	Более высокие требования к продукту и команде.	Гранты в биотехнологиях, венчурные фонды в США
Рост	Венчурные фонды, корпоративные инвестиции	Необходимость демонстрации быстрого роста, высокая конкуренция за привлечение средств.	Инвестиции в финтех-секторе.
Расширение	ИПО, стратегические инвесторы	Высокие издержки на выход на биржу, необходимость масштабирования операций.	ИПО технологических компаний (например, Yandex).

Анализ данных подтверждает значимость выбора источника финансирования в зависимости от стадии развития стартапа. Ключевыми факторами успеха являются:

1. Стадия жизненного цикла: на ранних стадиях важны гибкие источники (краудфандинг, бизнес-ангелы), на более поздних — стабильные и крупные инвестиции (венчурные фонды, ИПО).

2. Отраслевая специфика: биотехнологические и фармацевтические стартапы нуждаются в грантах из-за длительных сроков разработки, тогда как IT-стартапы предпочитают венчурное финансирование благодаря быстрой окупаемости.

3. Региональные отличия: в России большая зависимость от государственного финансирования [8], в США преобладают частные инвестиции [9], в то время как в Узбекистане основатели часто полагаются на личные сбережения и поддержку семьи.

Таким образом, разнообразие источников финансирования требует учета множества факторов для выбора оптимального подхода. Это особенно важно в контексте создания устойчивой стратегии, которая может быть адаптирована к различным стадиям жизненного цикла стартапов, отраслевой специфике и региональным особенностям. В этом ключе разработка практических рекомендаций поможет участникам стартап-экосистемы принимать обоснованные решения и минимизировать риски.

Практические рекомендации:

- Для **стартапов** необходимо разрабатывать стратегию финансирования с учетом стадии развития и отраслевой специфики; повышать прозрачность бизнес-модели и финансовой отчетности для привлечения крупных инвесторов.

- Для **инвесторов** необходимо создавать программы поддержки стартапов на ранних стадиях (например, акселераторы); использовать гибкие механизмы финансирования, такие как конвертируемые ноты.

- Для **государственных органов** необходимо развивать инфраструктуру венчурного финансирования; увеличивать объемы грантовой поддержки и снижать барьеры для их получения.

Таким образом, результаты исследования подтверждают, что выбор источника финансирования существенно влияет на успешность стартапов. Венчурные фонды демонстрируют высокую эффективность на стадиях роста и расширения, тогда как краудфандинг и бизнес-ангелы играют ключевую роль на посевной стадии. Государственная поддержка остается важным фактором для стартапов в странах с развивающимися рынками.

Предложенные практические рекомендации учитывают интересы всех сторон: стартапам следует учитывать стадию своего развития при выборе источника финансирования; инвесторам необходимо развивать механизмы оценки стартапов на ранних стадиях; государственным органам рекомендуется улучшать доступность грантов и субсидий для инновационных компаний.

Список литературы / References

1. Узбекистан: пришло время собирать виноград технологий [Электронный ресурс] // GoTech Innovation. 2024. 28 мая. URL: <https://gotechinnovation.com/ru/uzbekistan-prishlo-vremya-sobirat-vinograd-tehnologij/> (дата обращения: 26.01.2025).
2. Сколько денег привлекли стартапы Узбекистана в 2022–2023 годах [Электронный ресурс] // Курсив. 2023. 21 августа. URL: <https://uz.kursiv.media/2023-08-21/skolko-deneg-privlekli-startapy-uzbekistana-v-2022-2023-godah/> (дата обращения: 26.01.2025).
3. *Потапова Е.А.* Анализ факторов, влияющих на структуру источников финансирования инновационного развития предприятий нефтегазового комплекса // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление. – 2020. – №. 3. – С. 49-55.
4. *Левин Л.М.* Венчурные инвестиции как барьер входа на развивающихся технологических рынках: стратегии инвесторов как путь к монополизации отрасли // Современная конкуренция. – 2014. – №. 5 (47). – С. 60-76.
5. *Артемова Д.И. и др.* Функционирование бизнес-инкубаторов при университетах Европы, Северной Америки и Азии // Инновации. – 2016. – №. 7 (213). – С. 75-86.
6. *Барина В.А., Еремкин В.А., Земцов С.П.* Факторы развития инновационных компаний на ранних стадиях // Государственное управление. Электронный вестник. – 2015. – №. 49. – С. 27-51.
7. *Траченко М.Б., Кожанова А.В.* Специфика структуры финансирования стартапов на разных стадиях жизненного цикла // Финансовый журнал. – 2019. – №. 5 (51). – С. 90-103.
8. *Левин Л.М.* Влияние ожиданий венчурных инвесторов на стратегию отбора проектов и структуру технологических рынков // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. — 2014. — № 5. – 2014. – Т. 5. – С. 49-61.
9. *Барина В.А., Еремкин В.А., Ланьшина Т.А.* Преодоление дискретности финансирования инновационной деятельности на ранних стадиях в России [Электронный ресурс] / РАНХиГС при Президенте Российской Федерации. — Москва: РАНХиГС, 2015.

10. <http://ssrn.com/abstract=2583706> (дата обращения: 26.01.2025).

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Яковенко О.Ю. (Российская Федерация)

Яковенко Ольга Юрьевна – студент
кафедра прикладной экономики и маркетинга,
Челябинской государственной университет,
г. Челябинск

Аннотация: в статье рассмотрено обоснование направлений совершенствования системы налогообложения малого предприятия, представлен ряд направлений по совершенствованию системы налогообложения. Несовершенство действующей налоговой системы приводит к массовой ликвидации малого и среднего бизнеса, что требует срочных мер по её модернизации. Особенно остро стоит вопрос поддержки начинающих предпринимателей через оптимизацию налоговых механизмов. В работе представлены конкретные предложения по модернизации системы налогообложения. Автор подчеркивает необходимость создания более благоприятных налоговых условий для стартового бизнеса.

Ключевые слова: налоговая система, налоговые обязательства, малые предпринимательства, налоговые режимы.

THE MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING THE TAXATION SYSTEM OF SMALL BUSINESSES

Yakovenko O.Yu. (Российская Федерация)

Yakovenko Ol'ga Yur'yevna – student
DEPARTMENT OF PRIKLADNOY EKONOMIKI I MARKETINGA,
CHELYABINSKOY GOSUDARSTVENNYY UNIVERSITET,
CHELYABINSK

Abstract: the article considers the rationale for improving the taxation system of a small enterprise, and presents a number of directions for improving the taxation system. The imperfection of the current tax system leads to the mass liquidation of small and medium-sized businesses, which requires urgent measures to modernize it. The issue of supporting start-up entrepreneurs through the optimization of tax mechanisms is particularly acute. The paper presents specific proposals for the modernization of the taxation system. The author emphasizes the need to create more favorable tax conditions for starting a business.

Keywords: tax system, tax obligations, small businesses, tax regimes.

УДК 331.225.3

Экономическая нестабильность создает сложности для представителей малого бизнеса в прогнозировании доходности своей деятельности и оценке различных внешних факторов влияния. Проблемы в сфере налогообложения характерны для всех государств мира, и российская система не стала уникальной в этом отношении.

Формирование оптимальной налоговой политики для малого бизнеса является ключевым приоритетом государства на современном этапе экономического развития. Хотя предприниматели обеспечивают основной приток средств в консолидированный бюджет через налоговые отчисления, система сборов не должна создавать

чрезмерную нагрузку, блокирующую их деятельность. Любые корректировки налоговых ставок, льгот или общей фискальной политики могут как стимулировать развитие предпринимательства, так и существенно его ограничивать, поэтому действующая система налогообложения играет определяющую роль в бизнес-среде страны.

Несовершенство российской налоговой системы требует кардинальных преобразований для удовлетворения современных экономических вызовов. Многочисленные фискальные инструменты создают излишнюю бюрократическую нагрузку, не способствуя при этом увеличению бюджетных поступлений. В связи с распределительными и фискальными функциями налогов возникает острая потребность в разработке и внедрении всеобъемлющего комплекса мероприятий, направленных на модернизацию существующей системы налогообложения и устранение выявленных в ней недостатков [3, с. 140].

Основные проблемы существующей системы налогообложения субъектов малого бизнеса представлены на рисунке 1.

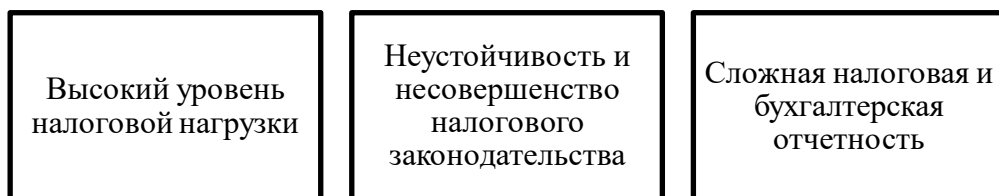


Рис. 1. Основные проблемы налогообложения субъектов малого предпринимательства.

В Налоговом кодексе РФ, а именно в пункте 6 статьи 3, закреплено право граждан на четкое понимание своих налоговых обязательств. Однако современное налоговое законодательство России настолько сложно, что противоречит этому базовому принципу. Государственным приоритетом должна стать модернизация налоговой системы путем её существенного упрощения, чтобы каждый налогоплательщик мог без труда разобраться в порядке и размерах обязательных платежей.

Одной из самых главных проблем является высокий уровень налоговой нагрузки на предпринимателей. Государственные органы власти демонстрируют явный приоритет в сторону пополнения бюджета, не учитывая реальные возможности бизнеса. Они устанавливают размеры налоговых отчислений, не проводя должного анализа их влияния на инвестиционный климат и производственные показатели. Предприниматели страдают от чрезмерного налогового давления, которое становится ключевым препятствием для развития бизнеса [1, с. 20].

Дополнительный источник риска для предпринимателей создают вносимые поправки и изменения, которые имеют обратную силу, ликвидируются ранее утвержденные льготы.

Еще одной проблемой является налоговая отчетность предпринимателей, которая является очень сложной. Начинающие предприниматели часто оказываются в затруднительном положении из-за сложностей налогового законодательства. Многочисленные формы документации и отсутствие компетенций в бухгалтерском деле могут привести к существенным денежным взысканиям за некорректное оформление или пропуск сроков подачи фискальной отчетности уже на старте работы компании.

В связи с вышеизложенным, для решения проблем необходимо совершенствование действующей налоговой системы по следующим направлениям:

– изменение налогового законодательства для его упрощения, так, чтобы даже начинающий предприниматель мог разобраться самостоятельно, не прибегая к помощи высокооплачиваемых специалистов, придание законам по налогам большей прозрачности, снижение ставок по налогам;

– введение налоговых льгот, например, неуплата определенных налогов для вновь созданных организаций малого бизнеса на протяжении первых нескольких лет работы или установить минимальные налоговые ставки для снижения налоговой нагрузки;

– усиление налогового контроля над правильностью исчисления и уплаты налогов, но исключив при этом излишнее административное давление на бизнес, а также усилить его защищенность при проведении выездных налоговых проверок;

– установить налоговые каникулы для предприятий, которые регулярно и своевременно уплачивают налоги;

– снижение количества отчетности по налогам и взносам, что позволит организациям сократить штат сотрудников, которые непосредственно связаны с ведением бухгалтерского и налогового учета на предприятии, сэкономив при этом на налогах и взносах с заработной платы.

– полное освобождение от налогов предприятий, которые производят социально-значимые товары для инвалидов, что позволит сделать минимальные цены на товары данной категории, вследствие чего они станут доступны для данной категории покупателей.

В период кризиса особенно актуальным становится эффективное управление налоговыми платежами. Малому бизнесу компаний следует сфокусироваться на минимизации налоговой нагрузки, поскольку это позволяет не только сократить издержки, но и поддержать уровень чистой прибыли. Именно нераспределенная прибыль служит источником финансирования для преодоления непредвиденных ситуаций [2, с. 36]. Грамотное планирование налоговых выплат также способствует повышению общей результативности организации и должно стать одной из приоритетных задач финансового менеджмента.

Для эффективного развития малого бизнеса в России необходимо создать благоприятную деловую среду. Внедрение новых механизмов налогообложения позволит предпринимателям вести честную деятельность, не прибегая к сокрытию доходов. Снижение фискального давления на малый бизнес станет стимулом для легализации предпринимательской деятельности и обеспечит устойчивый рост экономики страны. Модернизация существующей системы налогообложения малых предприятий создаст оптимальные условия для их успешного функционирования и развития.

Список литературы / References

1. *Попова И.В.* Глава 2. Эффективное налогообложение: обзор теорий / И.В. Попова, З.В. Кашникова // Современная наука: от теории к практике: Монография / Под общей редакцией Г.Ю. Гуляева. - Пенза: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2020. - С. 17-28.
2. *Фаткулин И.А.* К вопросу о нормативной правовой основе регулирования и развития субъектов малого и среднего предпринимательства / И.А. Фаткулин / И.А. Фаткулин // Правовой альманах. – 2022. – № 1(14). – С. 36-41.
3. *Шпилькина Т.А.* Сферы и основные проблемы развития стартапов и субъектов МСП в регионах России / Т.А. Шпилькина // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. – 2021. – Т. 20, № 3. – С. 139-149.

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

PUBLISHING HOUSE
«PROBLEMS OF SCIENCE»

EDITORIAL OFFICE ADDRESS

153000, RUSSIAN FEDERATION, IVANOVO, RED ARMY ST., H.20, 3TH
FLOOR, OF. 3-3.
PHONE: +7 (915) 814-09-51.
PHONE: +7 (915) 814-09-51 (RUSSIAN FEDERATION). FOR PARTICIPANTS
FROM THE CIS, GEORGIA, ESTONIA, LITHUANIA, LATVIA
+ 44 1223 976596 (CAMBRIDGE, UNITED KINGDOM). FOR PARTICIPANTS
FROM EUROPE
+1 617 463 9319 (BOSTON, USA). FOR PARTICIPANTS FROM NORTH AND
SOUTH AMERICA

PUBLISHER

LLC «OLIMP» 153002, IVANOVO, ZHIDELEVA ST., D. 19

TYPOGRAPHY

LLC «PRESSTO», 153025, IVANOVO, DZERZHINSKY ST., 39, BUILDING 8

[HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://ECONOMIC-THEORY.COM)

E-MAIL: INFO@P8N.RU



ECONOMICS

[HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://economic-theory.com)

SCIENTIFIC PUBLISHING «PROBLEMS OF SCIENCE»
[HTTPS://WWW.SCIENCEPROBLEMS.RU](https://www.scienceproblems.ru). EMAIL: [INFO@P8N.RU](mailto:info@p8n.ru)



ISSN (print) 2410-289X

ISSN (online) 2541-7797

 **ROSKOMNADZOR**

ПИ № ФС 77-60216



ЖУРНАЛ «ECONOMICS» В РОССИИ В ОБЯЗАТЕЛЬНОМ ПОРЯДКЕ РАССЫЛАЕТСЯ:

1. ФГБУ "Российская государственная библиотека".
Адрес: 143200, г. Можайск, ул. 20-го Января, д. 20, корп. 2.
2. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ.
Адрес: 127006, г. Москва, ГСП-4, Страстной б-р, д.5.
3. Библиотека Администрации Президента Российской Федерации.
Адрес: 103132, г. Москва, Старая площадь, д. 8/5.
4. Парламентская библиотека Российской Федерации.
Адрес: 125009, г. Москва, ул. Охотный Ряд, д. 1.
5. Научная библиотека Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова (МГУ), Москва.
Адрес: 119192, г. Москва, Ломоносовский просп., д. 27.

ПОЛНЫЙ СПИСОК НА САЙТЕ ЖУРНАЛА: [HTTPS://ECONOMIC-THEORY.COM](https://economic-theory.com)



Вы можете свободно делиться (обмениваться) — копировать и распространять материалы и создавать новое, опираясь на эти материалы, с **ОБЯЗАТЕЛЬНЫМ** указанием авторства. Подробнее о правилах цитирования: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.ru>

ЦЕНА СВОБОДНАЯ