

инновации и технологическое развитие, отношения с клиентами (то есть, построение долгосрочных партнерских отношений с постоянными клиентами), диверсификация продукции и услуг.

В общем, отрасль металлопроката продолжает развиваться, несмотря на колебания рыночных условий. Успех в этой сфере зависит от множества факторов, включая качество продукции, оптимизацию производственных процессов, внедрение инноваций и эффективное управление отношениями с клиентами. Тенденции в отрасли указывают на рост спроса, особенно в строительстве и инфраструктурных проектах, а также на необходимость внедрения экологически чистых технологий и устойчивого производства.

Подробное изучение металлургической отрасли важно не только с точки зрения её экономического вклада, но и с учётом широкого спектра социальных, экологических и геополитических факторов. Это позволяет эффективно управлять отраслью, прогнозировать её развитие, обеспечивать конкурентоспособность на международных рынках и принимать стратегические решения, направленные на устойчивый рост экономики страны в целом.

Перспективы развития металлургической отрасли России

1. Импортзамещение и развитие внутреннего спроса. Увеличение спроса со стороны строительного сектора, машиностроения, оборонной промышленности. Программы господдержки локализации производства.

2. Развитие экспорта в новые регионы. Переориентация с Европы на страны Азии, Ближнего Востока, Африки. Создание новых логистических маршрутов (например, через порт Восточный, сухопутные коридоры в Китай).

3. Инвестиции в экологичность и «зелёную» металлургию. Внедрение технологий снижения выбросов CO₂. Переход на замкнутые циклы водоснабжения и вторичную переработку металлов

4. Цифровизация и автоматизация производства. Использование систем промышленного интернета вещей (IIoT), Big Data. Повышение эффективности через predictive analytics и цифровые двойники.

5. Вероятные риски и вызовы. Усиление санкционного давления. Рост себестоимости из-за удорожания энергоресурсов и сырья. Конкуренция с металлургами Китая, Индии и стран Ближнего Востока.

Таким образом, для металлургической отрасли России важно сочетание внутренних реформ, внедрения инновационных технологий и активной внешней политики, чтобы минимизировать риски и максимально использовать перспективы роста.

1. Россия в 2023 году нарастила выпуск стали на 5,6% // ТАСС [сайт]. – 2024. – 5 мая. – URL: <https://tass.ru/ekonomika/19817583> (дата обращения: 05.05.2025).

2. Евро-Азиатский баланс экспорта черных металлов // Морские вести России. – 2024. – 24 июля. – URL: <https://morvesti.ru/themes/1694/110504/> (дата обращения: 05.05.2025).

3. Корпорация ЧЕРМЕТ: за 2023 г. в РФ произвели 75,8 млн т стали и 65,6 млн т готового проката // Металлоснабжение и сбыт. – 2024. – 1 декабря. – URL: <https://www.metalinfo.ru/ru/news/156907> (дата обращения: 05.05.2025).

4. Worldsteel сообщает о росте глобального экспорта в 2023 г. // Металлоснабжение и сбыт. – 2024. – 6 ноября. – URL: <https://www.metalinfo.ru/ru/news/161808> (дата обращения: 05.05.2025).

5. Смагулова С.М. Волатильность цен на мировых рынках сырья и её взаимосвязи с глобальным экономическим ростом // Российский внешнеэкономический вестник. 2023. – 32 с.

УДК 339

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СПРОСА НА АВТОМОБИЛИ И ПРОДУКТЫ ПИТАНИЯ ИЗ СТРАН ЮГО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ

Е.И. Горбачевская, М.Е. Садовская, бакалавры

*Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия*

Аннотация. Данная статья направлена на исследование потребительского спроса на импортируемые автомобили и продукты питания из стран Юго-Восточной Азии. Рассмотрены особенности и статистика спроса на данные категории товаров, а также актуальность исследования.

Ключевые слова: спрос, импорт, потребитель, легковые автомобили, продукты питания, рынок.

A STUDY OF CONSUMER DEMAND FOR AUTOMOBILES AND PROFOOD PRODUCTS FROM SOUTHEAST ASIA

Abstract. *This article is aimed at the study of consumer demand for imported cars and food products from South-East Asia. The peculiarities and statistics of demand for these categories of goods, as well as the relevance of the study are considered.*

Keywords: *demand, import, consumer, cars, foodstuffs, market.*

В современных условиях глобализации и роста конкуренции на рынке товаров и услуг изучение потребительского спроса приобретает особую актуальность. Потребительский спрос является ключевым фактором, определяющим динамику рынка, стратегии компаний и экономическое развитие в целом. Особый интерес представляет анализ специфики спроса на различные категории товаров, таких как импортируемые автомобили и продукты питания, поскольку они играют важную роль в повседневной жизни потребителей и формируют значительную часть экономики.

Потребительский спрос – это желание и возможность покупателей приобретать товары и услуги в определенном количестве и по определенной цене в конкретный период времени. В экономической теории спрос рассматривается как важнейший элемент рыночного механизма, формирующийся под влиянием множества факторов, включая доходы потребителей, цены, культурные и социальные особенности.

Спрос может быть индивидуальным (отражающим предпочтения одного потребителя) и рыночным (совокупным спросом всех покупателей). Его анализ позволяет компаниям оптимально выстраивать ассортиментную и ценовую политику, прогнозировать изменения на рынке и адаптироваться к потребительским ожиданиям.

На формирование потребительского спроса воздействуют различные факторы, которые можно разделить на экономические, социальные, культурные и психологические.

К экономическим факторам относятся: уровень доходов населения (чем выше доходы, тем больше спрос на товары, особенно премиального сегмента); цены на товары и услуги (закон спроса: при росте цены спрос снижается, и наоборот); доступность кредитования и уровень инфляции. Социально-демографические факторы – это возраст, пол, состав семьи, а также урбанизация и образ жизни потребителей. Немалое влияние на потребительский спрос оказывают традиции и привычки сегмента потребления. Помимо этого, влияние рекламы и маркетинговых коммуникаций выстраивает тенденции в моде и брендовых предпочтениях. Все эти аспекты можно отнести к культурным и психологическим факторам. Так как мы рассматриваем спрос на примере автомобильного рынка и рынка продуктов питания, для нас важное значение имеют технологические и экологические факторы. В современных реалиях очевидно заметен растущий спрос на экологически чистые и органические продукты. Комплексное изучение этих факторов позволяет выявить ключевые тенденции и адаптировать бизнес-стратегии под меняющиеся потребности рынка.

Спрос на импортируемые автомобили и продукты питания имеет существенные различия, обусловленные их потребительскими свойствами и ролью в жизни общества. Автомобили относятся к категории товаров длительного пользования, спрос на которые в значительной степени зависит от экономической ситуации, доступности кредитования, технологических инноваций (электромобили) и экологических норм. Продукты питания — это товары повседневного спроса, потребление которых менее эластично по доходу. Однако здесь важны такие аспекты, как качество, происхождение, натуральность, а также культурные традиции. В последние годы наблюдается рост спроса на экзотические и этнические продукты, в том числе азиатские, что обусловлено глобализацией и популярностью восточных кухонь. Понимание особенностей спроса на различные категории товаров позволяет компаниям эффективно выстраивать маркетинговые стратегии и адаптироваться к меняющимся рыночным условиям.

Актуальность исследования спроса на импортируемые автомобили из стран Азии обуславливается рядом факторов, влияющих на рынок и бизнес в целом. В последние годы наблюдается заметный рост интереса к автомобилям, произведенных в странах Юго-Восточной Азии, а именно в Китае. Российским компаниям по импорту и продаже автомобилей стоит учитывать изменения во вкусах и предпочтениях потребителей, которые зависят от экономической ситуации, культурных трендов и

экологической сознательности. В условиях возрастающей заботы об экологии необходимо исследовать, как инновации и технологии, предлагаемые производителями, воздействуют на выбор потребителей. Не менее важным аспектом является влияние регуляторных изменений и экономических факторов, таких как колебания валютных курсов, уровень доходов населения и экономическая стабильность. Эти переменные могут значительно повлиять на спрос, и понимание их взаимосвязей позволяет более точно предсказать изменения на рынке. Не менее важно учитывать влияние пандемии COVID-19 на спрос, так как она внесла существенные изменения в поведение потребителей и их предпочтения, что продолжается и по сей день. Глубокий анализ спроса на импортируемые автомобили позволяет компаниям не только более точно определять потребности своих клиентов, но и эффективно адаптировать бизнес-процессы, что способствует устойчивому росту и развитию в условиях меняющегося рынка.

Рынок продуктов питания, в свою очередь, в условиях глобализации и роста культурного обмена претерпевает значительные изменения. Особый интерес представляет сегмент азиатской кухни, которая за последние десятилетия завоевала популярность во многих странах мира. Увеличение спроса на экзотические продукты, рост мультикультурного населения, а также влияние социальных сетей и гастрономического туризма способствуют расширению ассортимента и повышению доступности азиатских товаров.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью понимания динамики спроса на азиатские продукты для эффективного управления ассортиментом, маркетинговыми стратегиями и логистикой в сфере торговли. Результаты анализа могут быть полезны компаниям, работающим в сфере ритейла и HoReCa, а также предпринимателям, рассматривающим возможности выхода на данный рынок.

В связи с политико-экономической ситуацией и начала специальной военной операции на Украине российский автомобильный рынок изменился до неузнаваемости. Он одним из первых пострадал от антироссийских санкций: начали останавливать работу зарубежные заводы, разрушились логистические цепочки. Ко всему прочему, зарубежные автоконцерны, не имеющие производства на территории России, прекратили поставки. Среди них немецкие автоконцерны: Audi, Opel и Porsche, японские: Honda, Suzuki, Mitsubishi, Lexus и Infiniti, итальянские: Fiat, Ferrari и Lamborghini, британские: Jaguar и Rolls-Royce, французские: Citroen и Peugeot, а также Chevrolet и Cadillac.

Образовавшуюся свободную нишу начали занимать китайские и отечественные модели, но и эта продукция заметно подорожала. Одновременно с этими новшествами в 2022 году был введен механизм параллельного импорта, который сохранил для жителей Российской Федерации возможность покупать автомобили ушедших европейских брендов, к которым многие успели привыкнуть.

Но не стоит забывать о том, что с 1 сентября 2012 года при ввозе автомобилей на территорию России необходимо оплачивать утилизационный сбор – один из платежей за импортируемое авто. С 1 августа 2023 года вступило в силу постановление правительства РФ № 1118, которое увеличило ставки утилизационного сбора. При этом владельца авто обязали пользоваться машиной в течение 12 месяцев, если утилизационный сбор был уплачен по льготной ставке для физлица. В противном случае собственнику грозит пересчет утилизационного сбора по коммерческой ставке, которая исчисляется сотнями тысяч рублей.

В 2024 году спрос на импортируемые автомобили из стран Юго-Восточной Азии (Китая, Японии и Южной Кореи) вырос в два раза. С мая 2024 года автомобильный импорт от месяца к месяцу постоянно рос. А уже с августа он ставил новые рекорды, причем не только в 2024 году, а вообще за последние 12 лет. Ключевой причиной роста объемов импорта является предстоящее повышение утилизационного сбора. С 1 января 2025 ставка утилизационного сбора повышена еще на 10–20 % и будет продолжать расти до 2030 года, что стимулирует автовладельцев приобретать автомобили прямо сейчас. До того, как ставки станут еще выше.

В апреле 2024 года в нашу страну было импортировано около 90 тыс. легковых автомобилей. Из них 57,8 тыс. приходится на новые машины, а 31,6 тыс. – на поддержанные. В середине весны 94 % новых легковых автомобилей ввезено в Российскую Федерацию из Китая. Таким образом, после постепенного «прикрытия» альтернативных каналов поставок (таких как Армения, Казахстан, Киргизия и др.) почти весь импорт новых машин идет из КНР. При этом доля каждой из оставшихся стран не дотягивает и до 2 %.

Таблица 1

Структура импорта новых автомобилей из стран Юго-Восточной Азии

| Страна | Доля в структуре импорта, % |
|---------------|-----------------------------|
| Китай | 94% |
| Япония | 0,6% |
| Корея | 0,2% |
| Другие страны | 5,2% |

В структуре импорта легковых автомобилей с пробегом по-прежнему лидирует Япония, на долю которой в апреле 2024 года пришлось 66 %, т. е. почти две трети от общего объема. На втором месте находится Южная Корея с результатом 13,4 %. Белоруссия заняла тут третью позицию (9,3 %). В ТОП-5 стран по доле ввозимых б/у машин также попали Китай и Грузия (3,3 и 2,3 % соответственно) [1].

Таблица 2

Структура импорта автомобилей с пробегом из стран Юго-Восточной Азии

| Страна | Доля в структуре импорта, % |
|---------------|-----------------------------|
| Китай | 3,3 |
| Япония | 66 |
| Корея | 13,4 |
| Другие страны | 28,3 |

В марте 2025 года в Российской Федерации реализовано 40,5 тысячи импортных автомобилей – это на 59% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. Однако темпы снижения продаж отечественных моделей ниже, чем иномарок.

Лидерство среди иномарок принадлежит Китайскому бренду Haval, автомобили которого в марте разошлись тиражом в 9 790 единиц. На второй строчке находится Chery (8 409 шт.), за которым расположились еще два «китайца» – Geely (5 134 шт.) и Changan (3 787 шт.) [2].

В 2023 году Китай стал крупнейшим мировым экспортером автомобилей, обойдя по объемам экспорта Японию. По итогам года китайские производители отправили за пределы страны 5,22 млн машин (из них 1,7 млн пришлось на электрокары). В денежном выражении экспорт составил 101,6 млрд долларов, продемонстрировав рост на 69 %.

Россия была основным направлением китайского автомобильного экспорта в 2023 году. За первые 11 месяцев года Россия получила более 841 000 автомобилей, что более чем в два раза больше, чем было отправлено в Мексику, занявшую второе место. В 2024 году спрос россиян к Китайским брендам стал заметно снижаться. Но несмотря на это, с уверенностью можно сказать, что в настоящее время при поиске нового автомобиля Россиянин остановит свой выбор на модели Китайского производителя. Популярность китайских машин в России объясняется несколькими факторами. Во-первых, их стоимость заметно ниже, чем у оставшихся на рынке аналогов, что особенно важно в условиях экономической нестабильности. Во-вторых, производители из КНР активно наращивают присутствие. В-третьих, эти машины часто оснащены современными опциями – от мультимедийных систем до систем помощи водителю, что привлекает покупателей, ищущих максимум за свои деньги.

Рейтинг реализованных иномарок в марте 2025 года, шт.

| № | Марка | Март | | |
|---|---------|------|--------|--------|
| | | 2025 | 2024 | Изм. |
| 1 | Haval | 9790 | 16 045 | - 39% |
| 2 | Chery | 8409 | 13 159 | -36,1% |
| 3 | Geely | 5134 | 15 004 | -65,8% |
| 4 | Changan | 3787 | 9 330 | -59,4% |

Азиатский рынок продуктов питания отличается невероятным разнообразием, обусловленным богатыми культурными традициями, климатическими особенностями и историческими предпочтениями разных регионов. В зависимости от страны происхождения продукты можно классифицировать по нескольким ключевым категориям:

1. Традиционные ингредиенты (соевый соус, рисовая лапша, кокосовое молоко, ферментированные продукты).

2. Готовые блюда и полуфабрикаты (суши, пельмени, карри, лапша быстрого приготовления).

3. Экзотические фрукты и специи (манго, дуриан, куркума, кардамон).

Специфика азиатских продуктов связана с особенностями их производства, хранения и употребления. Например, многие товары требуют особых условий транспортировки (например, свежие морепродукты), а некоторые обладают ярко выраженными вкусовыми качествами, что формирует узкую, но лояльную целевую аудиторию.

Рынок продуктов питания стран Юго-Восточной Азии (Китай, Япония и Южная Корея) представляет собой уникальное сочетание древних традиций и современных инноваций. Этот регион, являясь одним из самых динамично развивающихся в мире, демонстрирует впечатляющие темпы роста и трансформации потребительских привычек.

Предпочтения потребителей варьируются в зависимости от региона. В западных странах популярны адаптированные варианты блюд (например, суши с нетрадиционными начинками), тогда в азиатских диаспорах сохраняется спрос на аутентичную продукцию. Важную роль играет также ценовой сегмент: премиальные товары (например, японский васаби или корейский кимчи) конкурируют с более доступными аналогами.

Важно отметить, что каждая из рассматриваемых стран имеет свои уникальные особенности развития рынка продуктов питания.

Таблица 4

Особенности развития рынка продуктов питания

| Китай | Корея | Япония |
|--|---|--|
| Масштабный рынок с растущим средним классом | Развитие культуры фастфуда с местными особенностями | Высокая культура потребления и внимание к качеству |
| Высокая популярность онлайн-торговли продуктами | Развитие культуры фастфуда с местными особенностями | Популярность традиционных блюд (суши, сашими, темпура) |
| Тренд на здоровое питание и органическую продукцию | Тренд на “уличную еду” как премиум-продукт | Развитие концепции “конбини” (7-Eleven, Lawson) |
| Возрождение традиционных китайских блюд | Развитие доставки и ready-to-eat продуктов | Тренд на минимализм в еде |
| Активное развитие доставки еды (Alibaba, JD.com) | Фокус на инновациях в пищевой промышленности | Активное использование технологий в производстве |

Рынок продуктов питания Юго-Восточной Азии демонстрирует впечатляющую динамику развития, сочетая в себе как сохранение традиционных кулинарных практик, так и внедрение современных технологических решений.

Особое значение имеет баланс между сохранением традиционных ценностей и внедрением инноваций, который позволяет рынку оставаться динамичным и адаптивным к изменениям. В долгосрочной перспективе рынок продуктов питания Юго-Восточной Азии продолжит демонстрировать устойчивый рост, при этом сохраняя свою уникальность и специфику в каждом из рассматриваемых государств. Успех участников рынка будет зависеть от их способности эффективно сочетать традиционные подходы с инновационными решениями, учитывая при этом постоянно меняющиеся потребительские предпочтения и технологические возможности.

1. АВТОСТАТ. Аналитическое агентство. – URL: <https://www.autostat.ru/infographics/57524/?ysclid=m950axwla7980789691>
2. АВТОСТАТ. Продажи новых легковых автомобилей в России в марте 2025 года. – URL: <https://www.autostat.ru/press-releases/59800/?ysclid=m950m8gh4h381907723>
3. Деловой Петербург. В России спрос на продукцию из стран Азии вырос в пять раз. – URL: <https://www.dp.ru/a/2024/05/23/v-rossii-spros-na-produkciju?ysclid=m9arth4sbg127213179>
4. Data Bridge. MarketResearch. Asia-Pacific Health And Wellness Food Market – Industry Trends and Forecast to 2029. – URL: <https://www.databridgemarketresearch.com/ru/reports/asia-pacific-health-and-wellness-food-market?ysclid=m9arw6t514880270979>

УДК 339.37

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ГОРОДЕ ВЛАДИВОСТОКЕ

Р.Ч. Джаналиев, бакалавр

Владивостокский государственный университет
Владивосток. Россия

Аннотация. Торговля является одним из самых распространенных видов предпринимательской деятельности, особенно в секторе малого бизнеса. В целом значение розничной торговли для национальной экономики достаточно велико, поскольку она: является источником пополнения бюджетных средств; обеспечивает баланс между рыночным спросом и предложением; создает рабочие места; привлекает в оборот инвестиции.

Ключевые слова: розничная торговля, товарооборот, спрос и предложение, покупательская способность.

ANALYSIS OF THE STATE AND PROSPECTS OF RETAIL TRADE DEVELOPMENT IN VLADIVOSTOK

Abstract. Trading is one of the most widespread types of entrepreneurial activity, especially in the small business sector. In general, the importance of retail trade for the national economy is quite high, since it: is a source of replenishment of budget funds; provides a balance between market demand and supply; creates jobs; attracts investments into circulation.

Keywords: retail trade, turnover, supply and demand, purchasing power.

Процесс товарооборота определяет финансовые результаты деятельности торгового предприятия, позволяет достигать основной цели коммерческой организации – получение прибыли. Стремление к получению прибыли ориентирует торговые предприятия на увеличение объема продаж товаров, пользующихся стабильным спросом у потребителей. При развитой конкуренции этим достигается не только цель предпринимательства, но и удовлетворение общественных потребностей.

Эффективность работы торговых предприятий в условиях современной экономики приобретает особую значимость, так как торговля обеспечивает связь между производителем и потребителем. Через торговую сеть определяются спрос, предложение и цены, которые воздействуют затем на структурные сдвиги в производстве товаров в стране и формировании импортных закупок [1].