

Источники

1. Динамика развития европейского и российского рынка бумаги и картона [Электронный ресурс] // Полиграфия Петербурга. — Режим доступа: <https://press.spb.ru/evropeyskiy-i-rossiyskiy-ryinok-bumagi-i-kartona-c-1991-po-2017-god/>.

2. Мировой рынок бумаги и картона [Электронный ресурс] // Студенческие реферативные статьи и материалы. — Режим доступа: https://studref.com/393854/ekonomika/mirovoy_rynok_bumagi_kartona.

А.В. Швайчук
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **С.В. Сильченкова**

АНАЛИЗ СТРУКТУРЫ АССОРТИМЕНТА МОБИЛЬНЫХ ТЕЛЕФОНОВ НА ПРИМЕРЕ ООО «ПАТИО ПЛЮС»

ООО «ПАТИО плюс» — организация розничной торговли, представленная в виде сети салонов цифровой техники по всей Беларуси. Торговую деятельность предприятие осуществляет под торговой маркой «АЛЛЮ». Для более полного понимания структуры ассортимента организации представим статистику реализации в виде таблицы.

Динамика структуры ассортимента мобильных телефонов
по маркам за 2015–2017 гг.

Марка	Реализация, шт.			Удельный вес, %		
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Nokia	26 502	6810	4337	28,93	11,45	5,51
Samsung	15 068	10 160	9255	16,45	17,08	11,75
Lenovo	9024	6845	2066	9,85	11,51	2,62
Huawei	–	6038	14 193	–	10,15	18,02
Xiaomi	–	566	18 403	–	0,95	23,36
Другие	41 013	29 074	30 518	44,77	48,94	38,74
<i>Итого</i>	91 607	59 493	78 772	100	100	100

Источник: собственная разработка на основе данных предприятия.

ООО «ПАТИО плюс» ежегодно включает в ассортимент новые марки мобильных телефонов. В 2015 г. добавились Keneksi, Sony, QUMO, DEXR. В 2016 г. — ZTE, Philips, Huawei, Xiaomi, Meizu, в 2017 г. —

Texet. Однако ввиду небольшого удельного веса некоторых из перечисленных марок они включаются в общую графу «Другие».

Как видно из таблицы, значительный удельный вес ежегодно имеет Samsung. Согласно данным Gartner [1], последние два года компания Samsung занимает лидирующую позицию на мировом рынке мобильных телефонов, но предпочтения белорусских покупателей не совсем соответствуют данной тенденции. Так, в 2015 и 2016 гг. удельный вес мобильных телефонов компании Samsung в общем объеме продаж рос (16,45 и 17,08 % соответственно), а уже в 2017 г., наоборот, снизился (11,75 %).

Зато больше чем на 20 % за 2017 г. возросли продажи Xiaomi — до 23,36 % удельного веса, и он стал лидером по продаже в торговой сети. Это объясняется сочетанием бюджетных цен и хороших параметров в мобильных телефонах Xiaomi.

По сравнению с 2016 г., в 2017 г. в три раза сократилась реализация бренда Lenovo. Это связано с окончательным поглощением Motorola данной компании и, как следствие, отказом от производства мобильных телефонов под брендом Lenovo.

Еще одним стремительным падением продаж характеризуется всемирно известный бренд Nokia. За 3 года продажи данной торговой марки в сети упали в 6 раз (с 26 502 шт. до 4337 шт.). По итогам 2017 г. Nokia идет почти вровень с такими молодыми и не очень распространенными брендами, как Meizu, Venso и Texet. Несмотря на свою «культовость», Nokia стремительно теряет популярность, не успевая за модными тенденциями.

Таким образом, можно сделать следующие выводы о предпочтениях покупателей торговой сети «АЛЮ» по брендам за 2017 г.: Xiaomi (23,36 %); Huawei (18,02 %); Samsung (11,75 %). Они не в полной мере аналогичны спросу на мировом рынке, однако общая тенденция все же прослеживается.

Источники

1. Смартфоны (мировой рынок) [Электронный ресурс] // TAdviser. — Режим доступа: [http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Смартфоны_\(мировой_рынок\)](http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Смартфоны_(мировой_рынок)). — Дата доступа: 30.11.2018.