

*Цю Юйвэнь*

*магистр*

*Институт социально-гуманитарного образования  
Московский педагогический государственный университет  
Россия, г. Москва*

## **ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИИ «JING DONG»**

**Аннотация:** Статья посвящена организационно-экономическая характеристика китайской компании «Jing Dong». В данной статье автор проанализировал динамику основных показателей хозяйственной деятельности в Jing Dong, данные о дебиторской задолженности и денежных средствах, динамику краткосрочной кредиторской задолженности и данные о выручке и себестоимости продаж.

**Ключевые слова:** *Китай, компания Jing Dong, организационно-экономическая характеристика.*

**Annotation:** *The article is devoted to the organizational and economic characteristics of the Chinese company "Jing Dong". In this article, the author analyzed the dynamics of key business indicators in Jing Dong, data on accounts receivable and cash, dynamics of short-term payables, and data on revenue and cost of sales.*

**Key words:** *China, Jing Dong Company, organizational and economic characteristics.*

Jing Dong - ведущая универсальная платформа электронной коммерции в Китае, предоставляющая более 441 миллиону активных клиентов прямой доступ к непревзойденному ассортименту аутентичных, высококачественных продуктов и помогающая ведущим местным и международным брендам подключиться к быстрорастущей электронной коммерции Китая. коммерческий рынок.

Jing Dong устанавливает глобальный стандарт для покупок в Интернете, предлагая широкий выбор товаров во всех основных категориях (электроника, одежда и предметы интерьера, товары повседневного спроса, свежие продукты, бытовая техника и др.) И доставляя их с удивительно высокой скоростью. чтобы предоставить китайским потребителям возможность совершать покупки в одном месте.

Используя непревзойденную общенациональную логистическую сеть Jing Dong и сложные технологии доставки на основе данных, клиенты получают возможность доставки в тот же день и на следующий день, что является уровнем обслуживания, с которым не может сравниться ни одна другая компания в мире.

Международная платформа Jing Dong Worldwide также позволяет брендам со всего мира продавать напрямую китайским потребителям, даже тем, которые не имеют физического присутствия в Китае, а это означает, что клиенты Jing Dong могут получать высококачественные продукты со всего мира. доставляется к их порогу одним нажатием кнопки.

Как показывают данные, динамика основных финансовых показателей Jing Dong не всегда позитивная: кроме оборотных активов мы видим рост чистых и внеоборотных активов, а также капитала и резервов. Рассмотрим основные финансовые результаты деятельности предприятия в выбранный период (рис. 2.1).

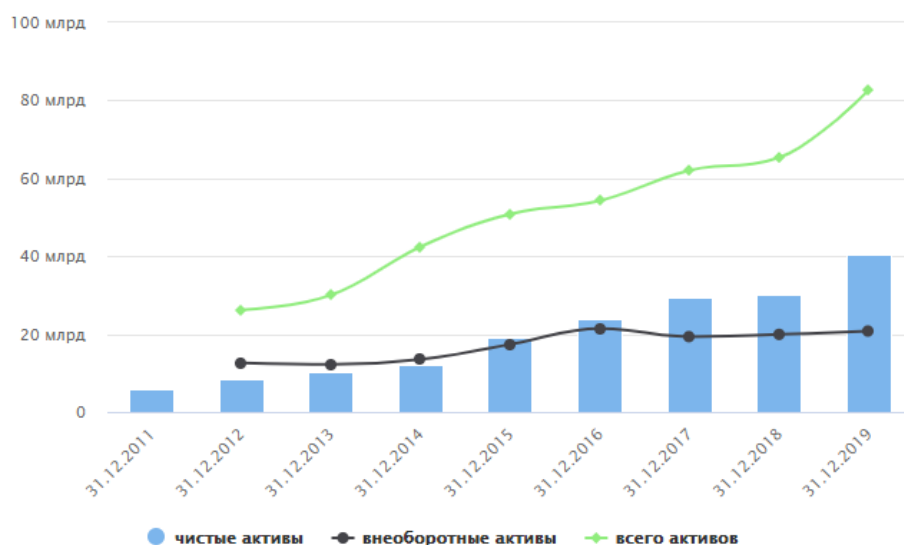


Рис. 2.1. Динамика основных показателей хозяйственной деятельности в Jing Dong, млрд. юаней.

Как видно, темп роста себестоимости выше темпа роста выручки, что можно назвать негативной тенденцией, то есть, в компании сокращаются объемы продаж турпродуктов. На рис. 2.2. представлены данные о дебиторской задолженности и денежных средствах.



Рис. 2.2. Данные о дебиторской задолженности и денежных средствах, млн. юаней.<sup>1</sup>

Как видно, дебиторская задолженность нестабильна, в 2017 г. она немного снизилась, а в 2018 г. увеличилась. Это говорит о снижении возможностей оборотных средств компании, а также возможность недополучения части прибыли, если дебитор окажется банкротом и не сможет погасить свою задолженность.

Кредиторская задолженность имеет аналогичные тенденции (рис. 2.3).



Рис. 2.3. Динамика краткосрочной кредиторской задолженности, млн. юаней.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Диаграмма составлена по данным, полученным в результате исследования

Анализ краткосрочной кредиторской задолженности показал ее увеличение в 2018 году, что говорит о возможном непогашении этой задолженности компанией, что может привести к кризисной ситуации. В связи с чем, данное обстоятельство может привести к снижению эффективности закупочной деятельности.

На рисунке 2.4 представлена информация о выручке и себестоимости продаж.

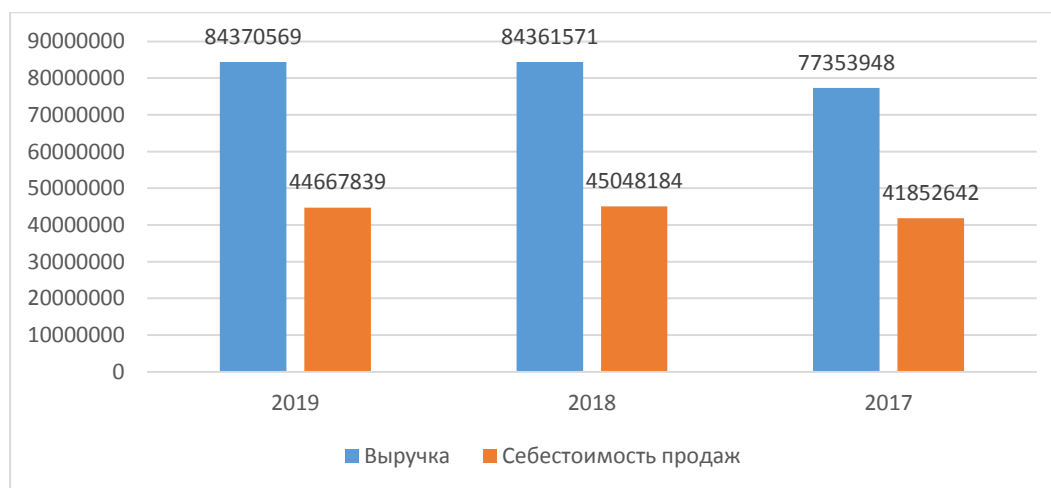
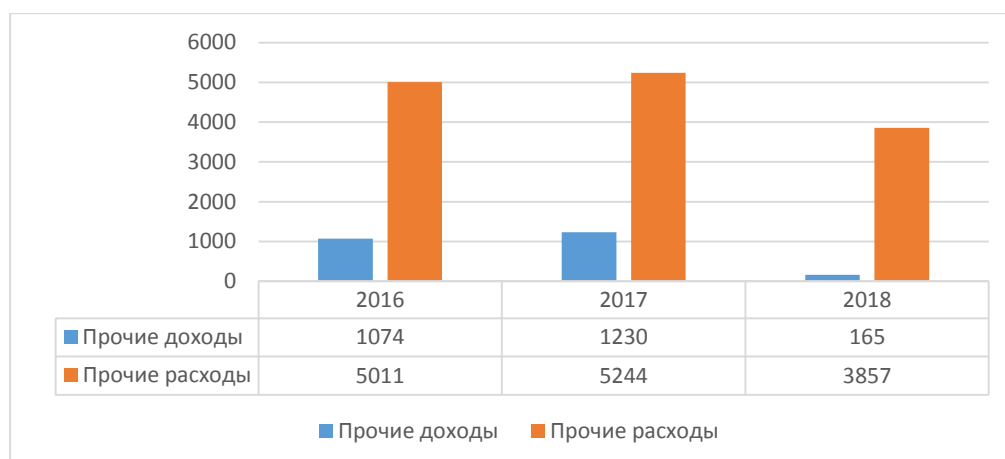


Рис. 2.4. Данные о выручке и себестоимости продаж, млн юаней.<sup>3</sup>

Анализ данных показывает, что и выручка, и себестоимость продаж ежегодно увеличивается, однако, себестоимость увеличивается более быстрыми темпами (104,3 %). Помимо роста себестоимости продаж, можно наблюдать и снижение прочих расходов (рис.2.5).



<sup>2</sup> Диаграмма составлена по данным, полученным в результате исследования

<sup>3</sup> Диаграмма составлена по данным, полученным в результате исследования

Рис. 2.5. Динамика прочих доходов и расходов, млн юаней.<sup>4</sup>

Как видно, на фоне снижения прочих расходов происходит снижение и прочих доходов. Все вышеперечисленное приводит к снижению финансовых показателей.

Таким образом, можно подвести итог, что анализ динамики показателей показал достаточно хорошие показатели, относящиеся к производственному потенциалу предприятия. Однако необходимо повысить потенциал закупочной деятельности, применив актуальные и современные технологии для его управления, прежде всего, в отношении их продвижения.

#### **Использованные источники:**

1. Купцов, М.М. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / М.М. Купцов. - М.: Риор, 2017. - 640 с.
2. Малюк, В.И. Стратегический менеджмент. организация стратегического развития: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.И. Малюк. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 361 с.
3. Маркетинг. Общий курс. - М.: Омега-Л, 2017. - 480 с.
4. Носова, С.С. Стратегический менеджмент / С.С. Носова. - М.: Русайнс, 2018. - 176 с.

---

<sup>4</sup> Диаграмма составлена по данным, полученным в результате исследования