

**Тонги Ч.**

*Казанский федеральный университет, Казань, Россия*

## **КИТАЙСКАЯ КОМПАНИЯ АЛИБАБА**

Alibaba Group является мировым лидером в области электронной коммерции и крупнейшей электронной коммерции в Китае. Штаб-квартира в Ханчжоу, Китай, имеет центры продаж в более чем 30 городах континентального Китая и имеет офисы или филиалы в Гонконге, Швейцарии, США и Японии. С момента своего создания в 1999 году Alibaba Group выросла и имела несколько дочерних компаний в первой половине 2010 года. Alibaba B2B является флагманской компанией Alibaba Group и является ведущей компанией электронной коммерции в Китае, обслуживающей МСП в Китае и во всем мире.

С самого начала Alibaba его организационная структура не была прервана, а организационная структура – средство достижения организационных целей. Цели организации определяются стратегией организации, и организационная структура должна соответствовать организационной стратегии. Если в организационной стратегии произошли существенные изменения, организационная структура должна быть скорректирована соответствующим образом для поддержки изменений в организационной стратегии. По сути, изменение организационной структуры связано с изменениями в организационной стратегии, а организационная стратегия – в корпоративной стратегии.

Структура Alibaba в основном:

- 1) Taobao.com – лидирующий личный рынок онлайн-покупок в Азии;
- 2) Alipay – ведущий онлайн-сервисный сервис в Китае;
- 3) Ali Software – интернет-компания по управлению бизнесом, обслуживающая китайские SME;
- 4) Китай Yahoo – ведущая поисковая система Китая и сообщество;
- 5) Али Мама – ведущая онлайн-торговая платформа для рекламы в Интернете;
- 6) KouBei.com – крупнейшая в Китае поисковая платформа для жизни.

После рождения Alibaba в 1999 году была выдвинута стратегия “Meet at Alibaba”. В соответствии с тенденцией развития Китая к тому, чтобы стать «мировой фабрикой», Alibaba запустила поставщиков Китая, целостность и другие торговые и кредитные информационные услуги, создана сторонняя стратегия разработки платформы для B2B-трейдинга для «всегда онлайн выставок», расширение внутренних и малых и средних предприятий на внутреннем и международном рынках.

За последние десять лет результаты развития Alibaba:

- 1) помимо конкуренции, станьте значком мировой платформы сторонних разработчиков электронной коммерции(B2B);
- 2) успешно высадился на рынке капитала и стал самой высокой рыночной стоимости интернет-компанией в Китае;

- 3) самая большая в мире сторонняя платформа для электронной коммерции с наибольшим доходом от продаж;
- 4) зарегистрировала пользователей крупнейшей в мире B2B электронной коммерции.

Все это свидетельствует об успешности стратегии развития Alibaba в прошлом. Его общая стратегия развития – от “Meet at Alibaba” до “Work at Alibaba”. “Work at Alibaba”- помочь малым и средним предприятиям выжить, развиваться и развиваться. Например, Alipay теперь работает с банками, чтобы начать кредитование МСП, которое пытается решить фонды развития МСП.

Alibaba (NYSE: Alibaba Group Holding [BABA]) бесспорно лидирует в сфере интернет-коммерции Китая, но конкуренция обостряется из-за появления новых успешных игроков. Прямую угрозу представляет давний соперник JD.com Inc (LSE: JD Sports Fashion [JD]). В Китае их противостояние называют «Великая война кошки с собакой» – из-за соответствующих логотипов входящего в Alibaba онлайн-магазина tmall.com и JD.com.

Тем не менее, компания признает, что конкуренция усиливается. Более специализированные фирмы вступают в борьбу за китайский рынок интернет-коммерции: от Jumei International Holding Ltd. (NYSE: Jumei International Holding [JMEI]), которая занимается продажей товаров для красоты; Wal-Mart Stores Inc. (XETRA: Wal-Mart Stores [WMT]) китайского онлайн-супермаркета Yihaodian.

Alibaba решила ударить по сильнейшей позиции JD.com – электронике – и потратила 4,5 млрд долларов на приобретение 20-процентной доли Suning Commerce Group Ltd., китайского продавца электроники.

Алибаба – удобная торговая площадка, которая дает возможность заключать прямые сделки с китайскими производителями. Если воспользоваться возможностями, предоставляемыми площадкой, с умом, можно построить успешный бизнес и найти надежных поставщиков. Алибаба – потрясающая история успеха, основанная на необычной идее и вере в собственные возможности. Поэтому опыт основателя компании пригодится любому бизнесмену.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. «Отчет по изучению конкретных ситуаций Alibaba». – URL:<http://Douding.com> (дата обращения: 26.11.2018).
2. Kathy Chu и Gillian Wong «Alibaba бьется с конкурентами». – URL: <https://www.wsj.com/articles/alibaba-feels-heat-from-new-rivals-1439758165>.