



FedEx



+Внутренние факторы

- Цель
- Задачи
- Кадры
- Структура
- Технологии

Цель и миссия

В FedEx отдают себе отчет в том, что на самолеты и автомобили приходится большая часть нашего экологического следа. Поэтому она стремится реализовать амбициозные программы, направленные на повышение эффективности топлива самолетов и автомобилей, на пути разделения роста бизнеса от увеличения выбросов углекислого газа.

Миссия - «Развивать взаимовыгодные отношения со своими сотрудниками, партнерами и поставщиками»

Задачи

К 2020 году уменьшить интенсивность авиационных выбросов на 30% по сравнению с уровнем 2005 года

Сокращение на 22% по сравнению с уровнем 2005 года

К 2030 году добиться 30% использования альтернативного авиационного топлива

Первые поставки рентабельного и доступного альтернативного топлива ожидаются в 2019 году

К 2025 году повысить экономичность использования автомобильного топлива на 50% по сравнению с 2005 годом

35% улучшение по сравнению с уровнем 2005 года

Кадры

- Курьер/Водитель
- Специалисты по работе с клиентами
- Операторы (складов и трапов)
- Таможенные специалисты (Ввоз/Вывоз)
- Финансовые услуги для клиентов
- Отдел продаж/маркетинга
- Управление операциями

Директорат

Офис

Склад

Отдел продаж

Отдел по работе с
клиентами

Отдел
мониторинга

Бухгалтерия

Отдел логистики

Транспортно-
экспедиционный
отдел

Передовые технологии

- Корпорация FedEx (Нью-йоркская фондовая биржа: FDX) сегодня объявила о новом передовом решении в области доставки посылок, удовлетворяющем быстро меняющиеся потребности потребителей, – работе-доставщике SameDay, предназначенном помогать ретейлерам осуществлять доставку в день заказа и на последней миле, т.е. на последнем этапе доставки товара до клиента, где уже не применяются оптовые перевозки.

Внешняя микросреда

- +Поставщики
- +Маркетинговых посредников
- +Клиентура
- Конкуренты
- Контактная аудитория

Поставщики

Ориентированные на внешнюю среду

- -японские судостроительные компании
- -автомобильные компании
- -американско-британские авиационные компании
- - связанные с сортировочным оборудованием

Ориентированные на внутреннюю среду

- -текстильные компании
- -продуктовые компании

Маркетинговые посредники

- -social media
- -Internet-market
- -smm-компании
- -банки
- -страховые компании
- -почтовые службы

Внешняя макросреда

- +Международные факторы
- +Политические факторы
- +Экономические факторы
- +Социально-демографические факторы
- Культурные факторы
- +Правовые факторы
- +Климатические факторы
- Научно-технические факторы

Международные

- -горячие (напряженные точки в мире)
- - страны, в которых транспортировочно-логистические трудности

Политические

- Криминогенная обстановка в стране
- Стабильность демократического положения
- Социальный уровень доверия к власти (забастовки и т.д.)

Экономические

- Конкурентоспособность в регионах
- Инфляция
- Налоговая система