



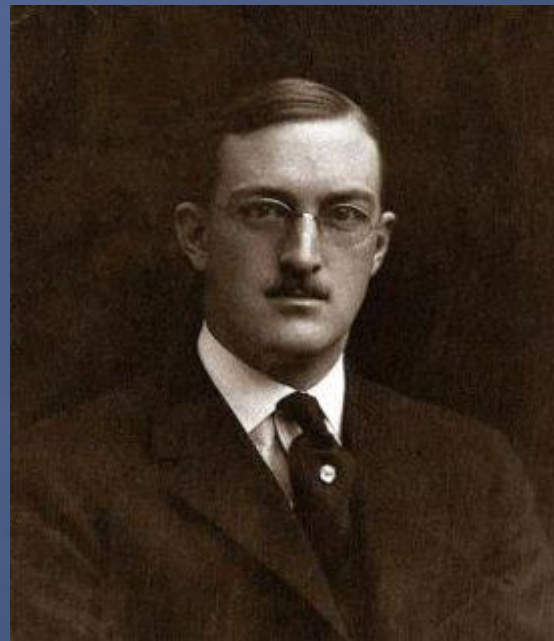
THE BOEING COMPANY



WILLIAM EDWARD BOEING

(01.10.1881 – 28.09.1956)

РОДИЛСЯ В ДЕТРОЙТЕ
УЧИЛСЯ В ЙЕЛЬСКОМ УНИВЕРСИТЕТЕ,
НО НЕ ПОЛУЧИЛ ДИПЛОМА



- ▣ занимался деревообрабатывающим бизнесом, как и его отец
- ▣ в 1910 он увлёкся авиастроением и принял участие в первой американской авиавыставке
- ▣ в 1915 году поднял в воздух свой первый самолёт
- ▣ 15 июня 1916 года состоялся полет гидросамолёта B&W, построенного Уильямом Боингом с помощью инженера Джорджа Конрада Вестервельта
- ▣ 15 июля 1916 в Сиэтле была основана компания «The Pacific Aero Products Company»
- ▣ 9 мая 1917 компания была переименована в «The Boeing Company»
- ▣ в последние годы Боинг был президентом компании, а затем и председателем совета директоров



Walter James "Jim"
McNerney, Jr.

Председатель совета
директоров, президент и
главный исполнительный
директор компании
«Боинг»

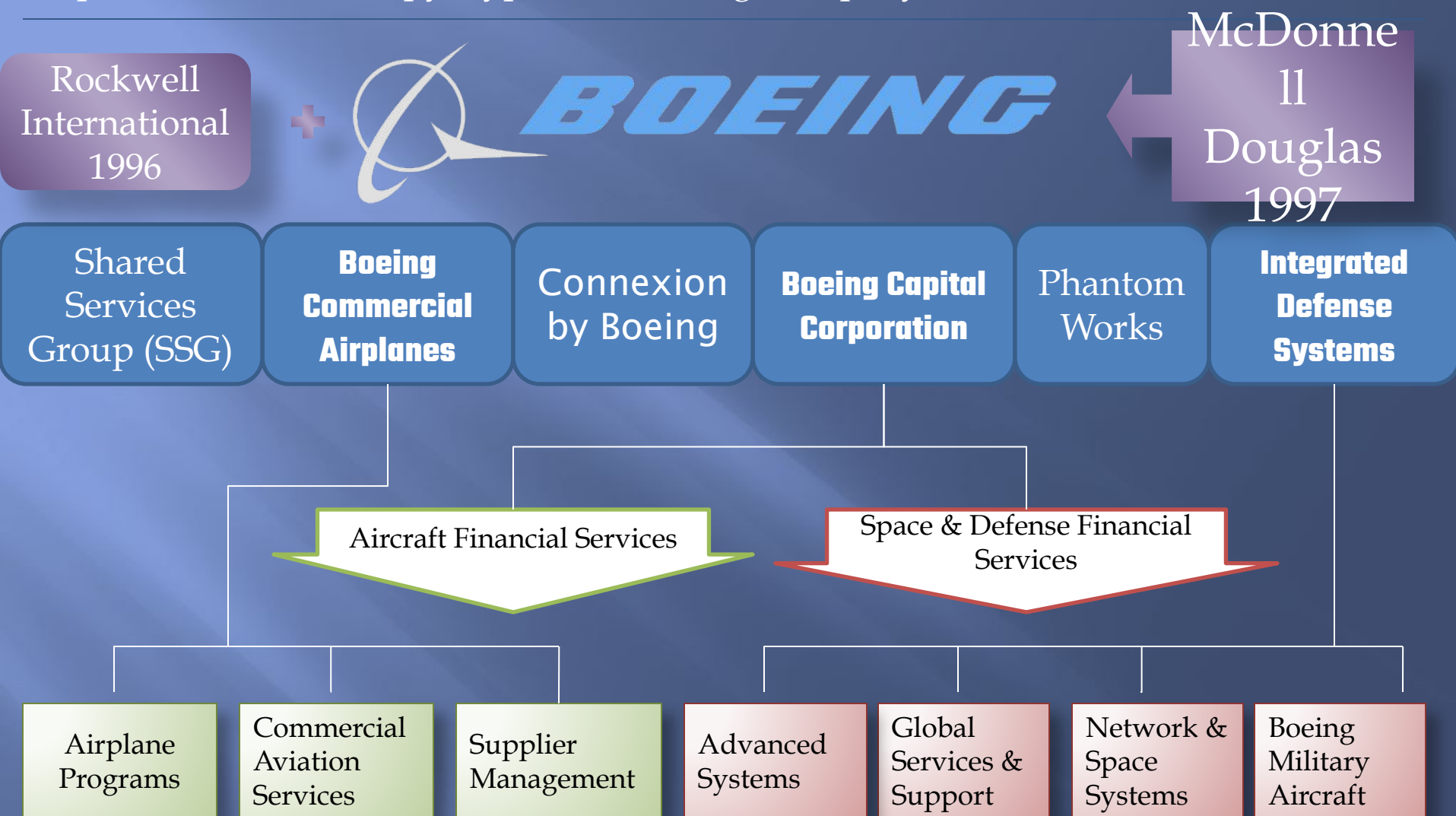




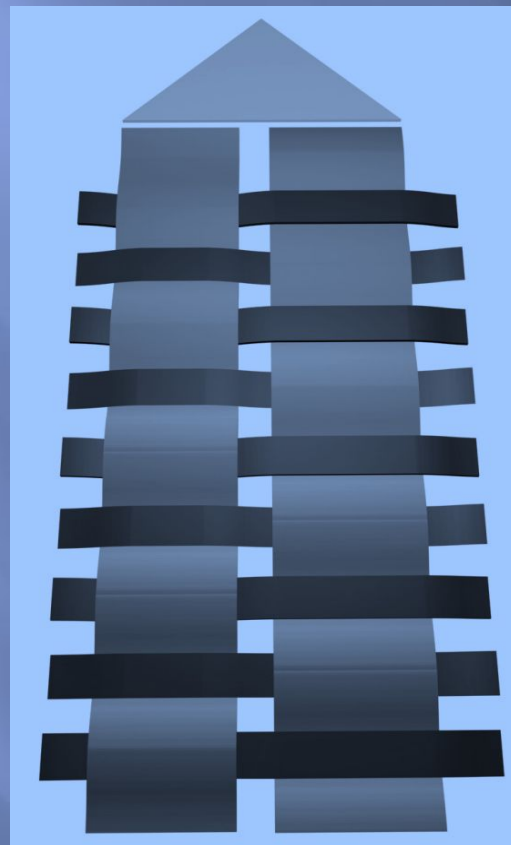
The Boeing Company – один из крупнейших мировых производителей авиационной, космической и военной техники.



Организационная структура «The Boeing Company»



Организационная структура «The Boeing Company»



**Integrated
Defense
Systems**

**Commercial
Airplanes**

Корпоративные функции:

Стратегия и развитие бизнеса

Коммуникации

Информация и Технологии

Финансы: Shared Services Group/Boeing
Capital Corp.

HR: Администрирование

Международная деятельность

Закон

Внутрифирменное управление

Государственная политика

9 корпоративных функций поддерживают 2 основных подразделения

Integrated Defense Systems (IDS)

James F. Albaugh
(Жеймс Ф. Албау)
Исполнительный вице-
президент Корпорации «Боинг»
Президент и Главный
исполнительный директор
компании Integrated Defense
Systems

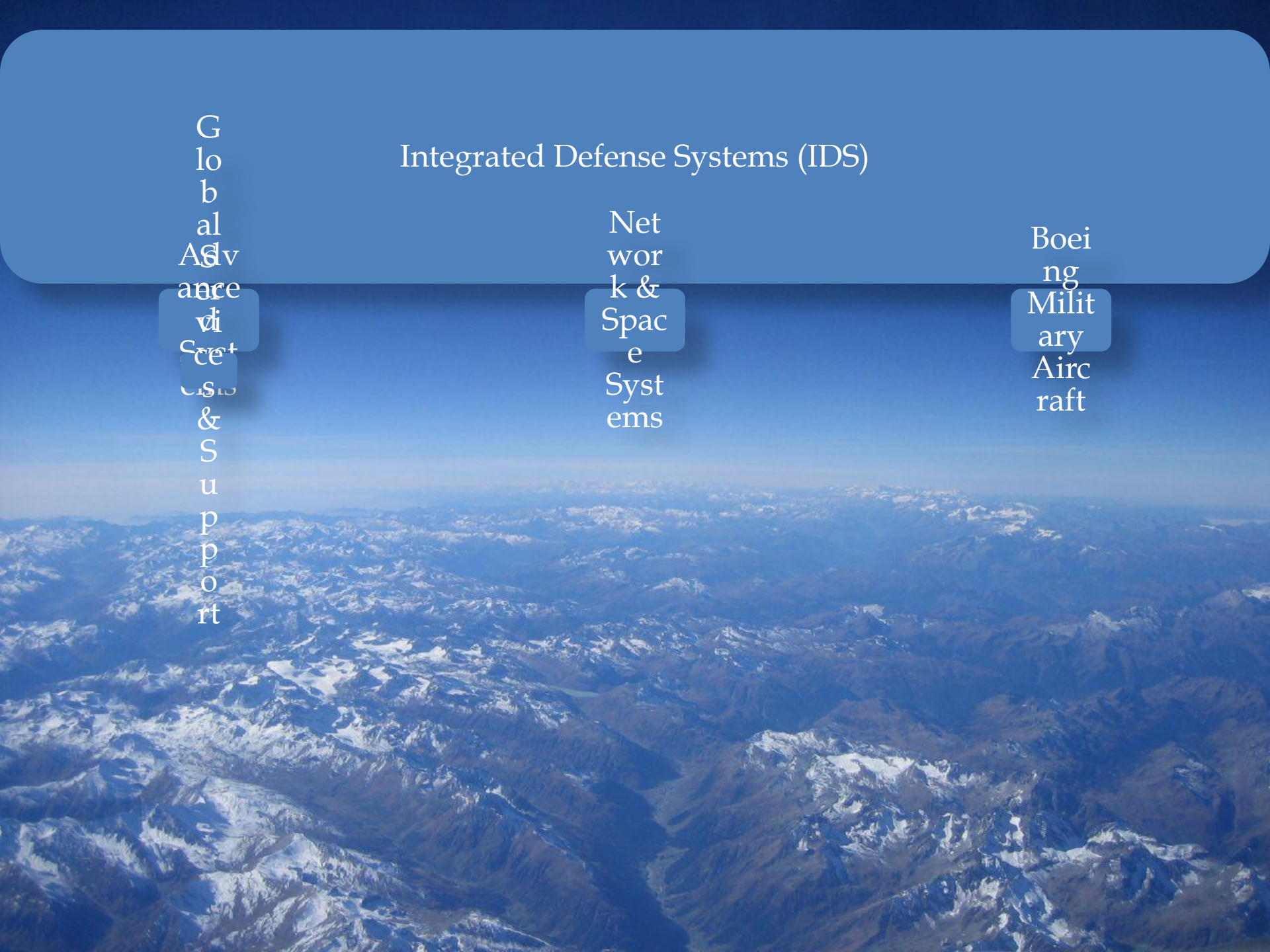


Integrated Defense Systems (IDS)

Global
Advanced
Services
&
Support

Network &
Space
Systems

Boeing
Military
Aircraft



- ❖ осуществляет космические и военные программы, сотрудничая с NASA, Министерством Обороны США и д.р.
- ❖ Занимается производством и модификацией истребителей, бомбардировщиков, военно-транспортных самолетов, вертолетов, самолетов-заправщиков, ракет и боеприпасов



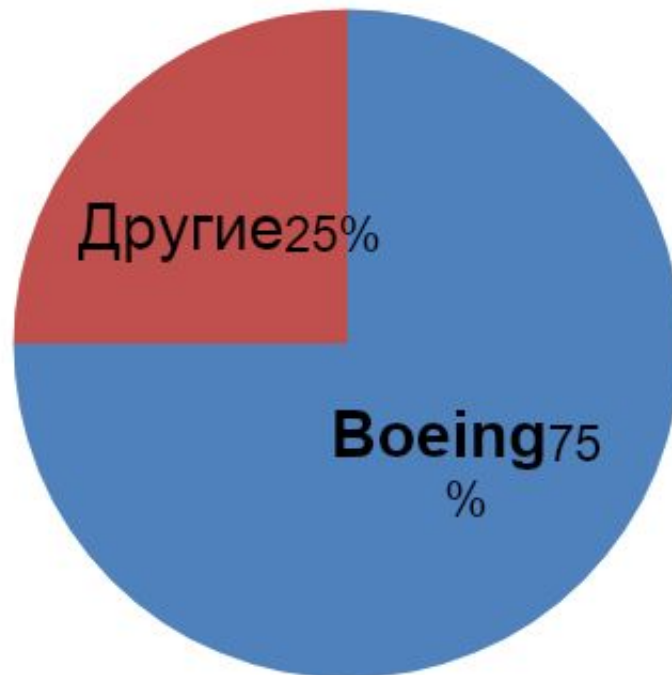
Boeing-Commercial Airplanes Group

Scott Carson
(Скотт Э. Карсон)
Исполнительный вице-
президент компании «Боинг»
Президент и генеральный
директор отделения «Боинг –
Гражданские самолеты»



Boeing-Commercial Airplanes Group

Мировой авиапарк гражданских самолетов



12000

Boeing-Commercial Airplanes Group

Airplane
Programs

Com
mer
cial
Avia
tion
Serv
ices

Supplier
Manageme
nt

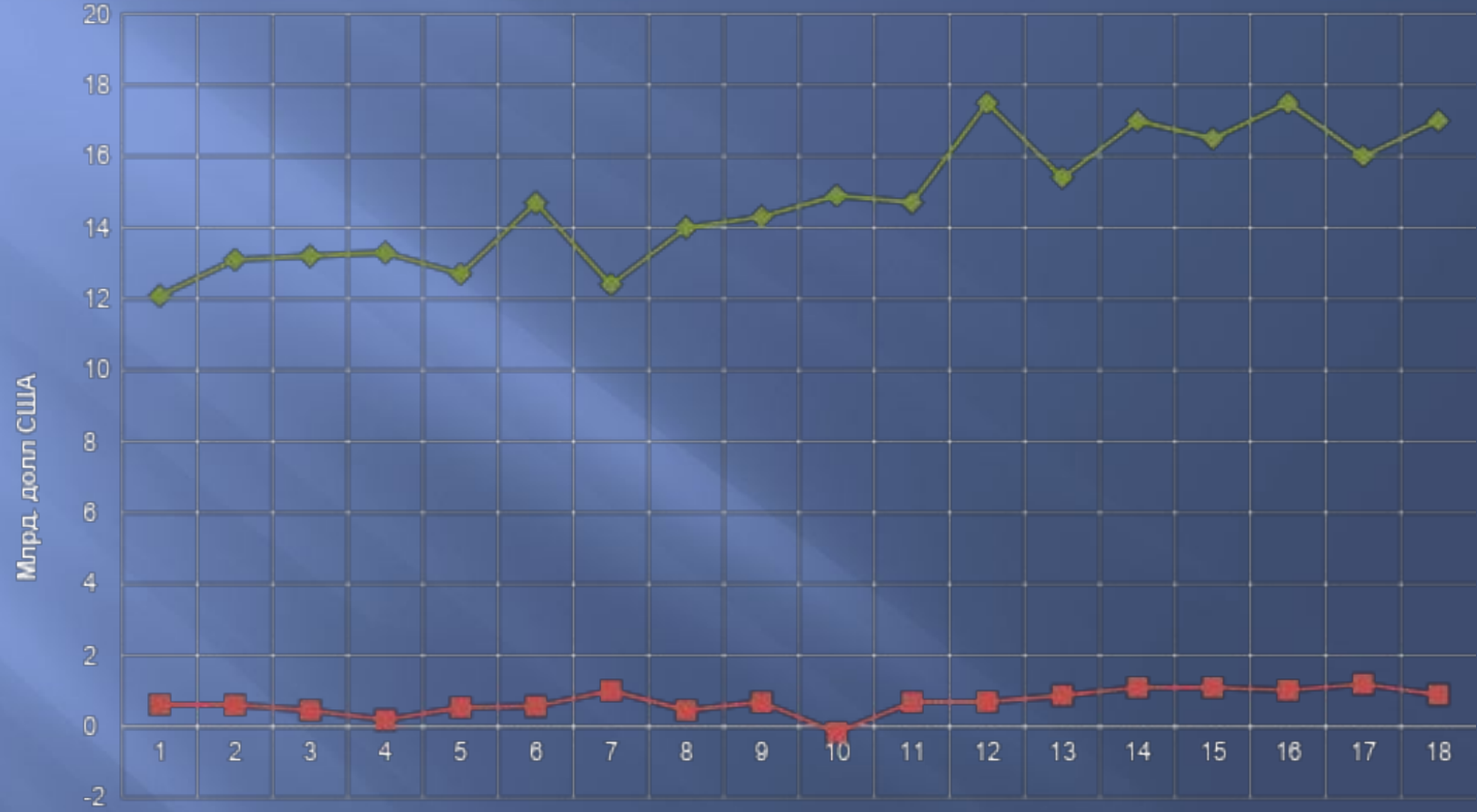
- масса Боинг-787 снижена на 5 т по сравнению с аналогичным самолетом А330-200 — с 18 т до 13,5 т.
- потребление топлива самолетом снижено на 20 % по сравнению с эксплуатируемыми аналогами
- количество вредных выбросов — на 20 %
- затраты в расчете на пассажиромиллю сокращены на 10 %
- прогнозируемый размер экономии затрат на техобслуживании — 30 %
- фюзеляж из композиционных материалов обеспечил возможность увеличения иллюминаторов на 65 %
- в салоне будет поддерживаться высокий уровень влажности, а сам салон будет усовершенствован.



Годовые финансовые показатели деятельности Boeing, 2001-2008 гг.



Квартальные финансовые показатели деятельности Boeing 2004-2008 гг.



Млрд. долл США

Перспективы развития рынка гражданских самолетов на ближайшие 20 лет

Прогноз компании Boeing

ОБЩЕЕ ЧИСЛО ПРОГНОЗИРУЕМЫХ ПОСТАВОК НОВЫХ САМОЛЕТОВ – 27 210

В ближайшие 20 лет
авиакомпаниям будет поставлено

- ▮ 3450 региональных самолетов
(90 пассажиров и менее);
- ▮ 16540 узкофюзеляжных самолетов
(100-240 пассажиров, двухклассная компоновка
салона);
- ▮ 6230 широкофюзеляжных
самолетов (200-400 пассажиров,
трехклассная компоновка салона);
- ▮ 990 самолетов класса Боинг 747 и
большей вместимости (более 400
пассажиров, трехклассная компоновка салона).



Распределение новых самолетов по регионам в(%)



Общее число прогнозируемых поставок новых самолетов – 27 210

Распределение новых самолетов по классам в(%)



Общее число прогнозируемых поставок новых самолетов – 27 210

Рост мирового парка самолетов (в шт.)

17330



авиапарк на сегодняшний день

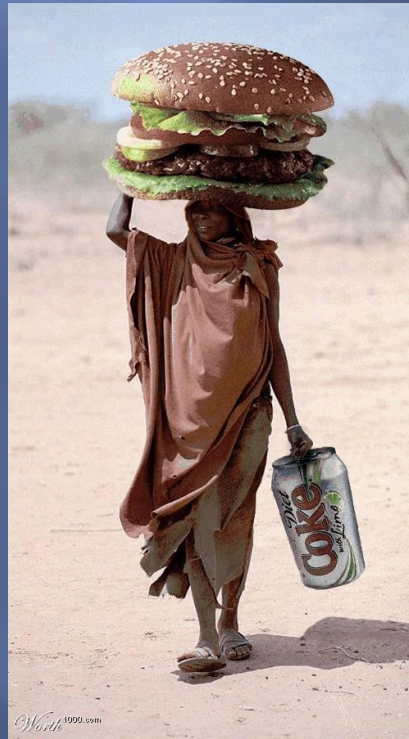
35970



авиапарк через 20 лет

Стратегия международного маркетинга Boeing

- Единая **глобальная** политика маркетинга, применяемая на всех зарубежных рынках.



Почему?

- Унифицированная и стандартизированная продукция.
- Низкая степень диверсификации продукции
(модельный ряд лайнеров или военно-космической авиации)
- Однородный характер потребностей потребителей, связанный с особенностями продукции
- Глобальные каналы продвижения продукции

Что это дает?

- Снижение издержек
- Лояльность потребителей
- Значительная доля на мировом рынке
- Глобальные цели
- Более высокое качество
- Единая ценовая политика
- Единые программы менеджмента и маркетинга для всех рынков

Недостатки

- ▣ Расходы на управление
- ▣ Риски глобальных ошибок
- ▣ Усложнение коммуникационной политики
- ▣ «Негибкость» деятельности компании на рынке (?)



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ**