Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение

высшего профессионального образования

 **«Финансовый Университет**

 **при Правительстве Российской Федерации** **»**

 **Факультет «Налоги и Налогообложение»**

 **Кафедра «Экономика организации»**

Курсовая работа по дисциплине:

 **«Экономика организации»**

Курсовая работа на тему:

 **«Оценка сильных и слабых сторон деятельности**

 **предприятия»**

**Содержание:**

Введение…………………………………………………………………………...3

1.Оценка сильных и слабых сторон предприятия………………………………5

1.1.Понятие об анализе сильных и слабых сторон предприятия………………5

2.Методика проведения оценки сильных и слабых сторон деятельности предприятия……………………………………………………………………….8

2. Анализ сильных и слабый сторон предприятия на примере компании «РЖД Логистика»………………………………………………………………..13

2.1. Общая характеристика компании………………………………………….13

2.2 Оценка сильных и слабых сторон ОАО «РЖД Логистика»………………19

Заключение……………………………………………………………………….24

Список литературы и используемых источников……………………………..26

Приложение………………………………………………………………………28

**Введение**

В процессе своей деятельности любая компания тесно взаимодействует с внешней средой. Искать причины успеха компании или, наоборот, ее неудач, только во внутренней среде было бы не правильно. Именно поэтому, для эффективной работы предприятия необходимо провести анализ внутренней и внешней среды. Этим и обусловлен выбор данной темы и ее актуальность.

Существует достаточно большое количество методик, которые используются для такого анализа, и каждая компания имеет возможность выбрать среди них именно ту, которая, по мнению руководства, является наиболее оптимальной и эффективной.

Целью данной курсовой работы является оценка сильных и слабых сторон компании на примере логистической компании «РЖД Логистика». Автор не случайно выбрал именно логистическую компанию, ведь в настоящее время услуги таким компаний являются востребованными, и на рынке появляются все больше логистических компаний – ведь спрос рождает предложения[[1]](#footnote-1). В связи с этим особенно важно провести анализ внешней и внутренней среды компании, что бы наладить ее эффективную работу.

В соответствие с поставленной целью, в курсовой работе будут решены следующие задачи:

- изучено понятие об анализе сильных и слабых сторон предприятия;

- рассмотрены различные методики проведения анализа внешний и внутренней среды;

- представлена краткая характеристика компании «РЖД Логистика», включая финансовый и бухгалтерский отчеты;

- проведет анализ внешней и внутренней среды компании путем SWOT-анализа.

Курсовая работа состоит из введения, двух глав и заключения, списка литературы и используемых источников, приложения.

Во введении обоснована актуальность курсовой работы.

Первая глава «Оценка сильных и слабых сторон предприятия» является теоретической. В ней рассмотрено понятие об анализе сильных и слабых сторон, изучены различные методы их анализа.

Вторая глава «Анализ сильных и слабый сторон предприятия на примере компании «РЖД Логистика» представлена краткая характеристика компании и проведен анализ ее сильных и слабых сторон.

В заключении сформированы выводы.

1. **Оценка сильных и слабых сторон предприятия**
	1. **Понятие об анализе сильных и слабых сторон предприятия**

Анализ сильных и слабых сторон предприятия играет большую роль в стратегическом планировании.

Сильные стороны предприятия – это ресурсы и опыт, а также стратегически важные сферы деятельности, которые помогут побеждать в конкурентной борьбе.

Слабые стороны – это ограничения и недостатки предприятия, которые препятствуют успеху.

Основные факторы, которые могут быть источником как сильных, так и слабых сторон предприятия, были выделены Дж. Пирсом и Р. Робинсоном[[2]](#footnote-2). Анализ этих факторов позволяет составить комплексное представление о внутренней среде организации, о ее слабых и сильных сторонах.

Важно проводить оценку сильных и слабых сторон предприятия по всем направлениям его деятельности.

Такими основными факторами являются:

1. Организация общего управления:
* Организационная структура предприятия;
* Имидж предприятия;
* Внутриорганизационный климат компании и культура;
* Квалификация руководства предприятия, его способности и интересы и т.д.

Основные вопросы:

* Четко ли на предприятии распределены права и обязанности?
* Эффективно ли взаимодействие различных структурных подразделений для достижения общей цели предприятия?
1. Кадры:
* Квалификация сотрудников;
* Кадровая политика;
* Текучесть кадров;
* Мотивация сотрудников;
* Наличие стимулов для работы;
* Повышение квалификации сотрудников и т.д.

Основные вопросы:

* Соответствует ли квалификация сотрудников компании ее будущим и текущим задачам?
* Как и за чей счет осуществляются мероприятия для повышения квалификации сотрудников и осуществляются ли они вообще?
* Как руководство компании мотивирует и стимулирует своих сотрудников?
1. Производство:
* Стоимость и доступность сырья;
* Отношения с поставщиками;
* Контроль за процессом производства;
* Техническая эффективность мощностей и их загруженность;
* Исследования, разработки и внедрение инноваций в работу предприятия;
* Контроль качества;
* Наличие торговых марок, патентов, сертификатов и т.д.

Основные вопросы:

* Насколько эффективно используются производственные мощности?
* Отвечает ли номенклатура товара и его качество современным требованиям?
* Какие преимущества в производстве имеет предприятие перед конкурентами?
* Вводятся ли инновации в процесс производства?
1. Маркетинг:
* Имидж, репутации самого предприятия и производимой им продукции;
* Реклама;
* Развитие новых продуктов и услуг;
* Ценовая политика;
* Отношение к марке.

Основные вопросы:

* Какова ценовая политика предприятия?
* Какую долю рынка удерживает предприятие, сравнение с основными конкурентами?
* Насколько эффективно предприятия проводит рекламные мероприятия?
* Каково отношение потребителей к торговой марке предприятия?
1. Финансы:
* Возможность привлечения краткосрочного и долгосрочного капиталов;
* Отношение к инвесторам, акционерам и т.д.;
* Составление бюджета и планирование прибыли;

Основные вопросы:

* Какую прибыль обеспечивает каждое подразделение предприятия по отдельности?
* Какие возможные пути для сокращения издержек и повышения прибыли предприятия?

Существует также множество других показателей для оценки сильных и слабых сторон предприятия. Руководство каждого предприятия уделяет внимание факторам, которые являются на его взгляд основными. Выявив сильные и слабые стороны предприятия руководство может определить дальнейшую стратегию развития и понять, каким вопросам нужно уделить внимание незамедлительно, а с решением каким можно подождать.

1. **Методика проведения оценки сильных и слабых сторон деятельности предприятия**

Существует несколько методик проведения оценки сильных и слабых сторон деятельности предприятия.

Наиболее удобным и наиболее используемым методом является SWOT-анализ. Это объясняется тем, что такой анализ охватывает сразу и внешние и внутренние факторы (в отличии, например, от PEST-анализа, который направлен на анализ только внешних факторов воздействия), а так же дает представление о возможностях и угрозах предприятия.

SWOT – это аббревиатура четырех английских слов: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы). Сильные и слабые стороны являются факторами внутренней среды – то есть это все, на что предприятие может повлиять, а возможности и угрозы – факторами внешней среды, то есть факторами, которые влияют на предприятия извне, и не могут предприятием контролироваться.[[3]](#footnote-3)

Задача SWOT-анализа — дать структурированное описание ситуации, относительно которой нужно принять какое-либо решение. Выводы, сделанные на его основе, носят описательный характер без рекомендаций и расстановки приоритетов[[4]](#footnote-4).

SWOT-анализ традиционно представляется в виде таблицы.

**Таблица 1**

**Пример таблицы SWOT-анализа**

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны | Слабые стороны |
|  |  |
| Возможности  | Угрозы |
|  |  |

SWOT-анализ не содержит экономических категорий, поэтому может применяться для оценки сильных и слабых сторон любых организаций, а так же стран и даже людей.

Для анализа также используется SNW-анализ. Он обычно используется после проведения SWOT-анализа для более глубокого анализа внутренней среды предприятия.

SNW-анализ - это анализ сильных, нейтральных и слабых сторон предприятия. В качестве нейтральной позиции чаще всего фиксируют среднерыночное состояние для данной ситуации[[5]](#footnote-5). Пример SNW-анализа представлен в таблице 2.

**Таблица 2**

**Пример SNW-анализа**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование стратегической позиции | Качественная оценка позиции  |
| Сильная | Нейтральная | Слабая |
|  |  |  |  |

Для оценки внешней среды предприятия используется PEST-анализ. Он предназначен для выявления политических (**P**oliticаl), экономических (**E**conomic), социальных (**S**ocial) и технологических (**T**echnological) аспектов внешнего влияния. На основе полученной в ходе PEST-анализа информации формируется стратегия предприятия.

PEST-анализ также для удобства приводиться в виде таблицы (таб.3).

**Таблица 3**

**Пример PEST-анализа**

|  |  |
| --- | --- |
| Политические факторы | Влияние экономики |
|  |  |
| Социокультурные тенденции | Технологические инновации |
|  |  |

Существует также анализ пяти сил Портера. Этот анализ был разработан Майклом Портером в 1979 году.

Пять сил Портера включают в себя[[6]](#footnote-6):

* Анализ угрозы появления продуктов-заменителей;
* Анализ появления новых конкурентов;
* Анализ рыночной власти поставщиков;
* Анализ рыночной власти потребителей;
* Анализ уровня конкурентной борьбы.

Схематичное представление пяти сил Портера представлено на рисунке 1.

Рис.1

Пять сил Портера

Такая оценка используется в основном для оценки стратегической позиции предприятия и оценке сложившихся конкурентных отношений и используется, в основном, как базовых способ.

Существует также множество других методов оценки сильных и слабых сторон предприятия. Руководство каждого предприятия имеет право выбирать именно тот метод, которых считает наиболее оптимальным.

Но, не смотря на обилия различных методов оценки сильных и слабых сторон предприятия, многие прибегают к самому простому методу – оценка сильных и слабых сторон путем анкетирования.

Руководство предлагает оценить работу предприятия по нескольким критериям, которые обычно представлены в таблицы и касаются всех важных сторон деятельности компании – финансы, маркетинг, менеджмент и т.д.

Анкетируемые (сотрудники компании или, в некоторых случаях, потребители) ставят свою оценку напротив каждого из критериев. Может применяться бальная система оценки или же такие критерии оценки, как «сильно», «средне» и «слабо».

Анкетирование может применяться как дополнение к любому другому методу анализа, так и как самостоятельный метод анализа, который удобен тем, что может применяться достаточно часто.

**2. Анализ сильных и слабый сторон предприятия на примере компании «РЖД Логистика»**

**2.1. Общая характеристика компании**

«РЖД Логистика» - это дочерняя компания Российских Железных Дорог. Появилась она сравнительно недавно – в ноябре 2010 года.



Рис.2

Логотип ОАО «РЖД Логистика»

Форма собственности – открытое акционерное общество.

Соколов Павел Владимирович – генеральный директор компании.

Компания предоставляет следующие услуги:

- Логистические услуги: доставка грузов по всей России, странам СНГ и по всему миру;

- Складские и терминальные услуги: сортировка, упаковка, консолидация, хранение и т.д.;

- Таможенно-брокерские услуги;

- Управленческая логистика: помощь предприятиям и организациям по управлению логистическими процессами;

- Консалтинговые услуги.

Также компания предоставляет экспресс-услуги – доставка грузов от 20 кг до 20 тонн, также сюда входят услуги по упаковке, хранению, маркировке и перемаркировке, страхованию и т.д. Есть возможность отслеживания грузов.

Основными партнерами ОАО «РЖД Логистика» являются: Транс Контейнер, 1-ая Грузовая Компания, Вторая Грузовая Компания, Русская Тройка и другие.

Среди наиболее известных клиентов компании можно выделить: ЗАО «Красный якорь», ООО «Чагодощенский стеклозавод и К», ОАО «РУМО», ОАО «Челябинский электрометаллургический комбинат» и других.

Компания принимает участие в благотворительности. Основная направленность – это борьба за экологию, оказание помощи пострадавшим при стихийных бедствиях, выделяются средства на развитие спорта, туризма, культуры и т.д.

Центральный офис компании в г. Москве находится по адресу ул. Старая Басманная, д. 18, стр. 1.

Финансовые результаты[[7]](#footnote-7) деятельности компании «РЖД Логистика» представлены в таблице 4.

**Таблица 4**

**Отчет о финансовых результатах за 2012 год (тыс. руб.)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показатель | 2012 | За период с 19 ноября 2010 по 31 декабря 2011 |
| Выручка  | 4050231 | 1811775 |
| Себестоимость продаж | 3887630 | 1677677 |
| Валовая прибыль  | 162601 | 134098 |
| Прибыль от продаж | 162601 | 134098 |
| Проценты к уплате | 8682 | 6482 |
| Прочие доходы | 23750 | 32933 |
| Прочие расходы | 115519 | 34580 |
| Прибыль до налогообложения | 79514 | 138933 |
| Текущий налог на прибыль | 29552 | 30009 |
| Чистая прибыль  | 54485 | 108909 |

Из данных, приведенных в таблице 4 мы видим, что компания достаточно хорошо стартовала, получив с момента открытия (19 ноября 2010 года) и по 31 декабря 2011 года чистую прибыль равную 108909 тыс. рублей. В 2012 году прибыль уменьшилась в два раза и составила 54485 тыс. рублей. Однако стоит заметить, что 54485 тыс. рублей – это прибыль за 12 календарных месяцев, а 108909 тыс. рублей – за 13,5 календарных месяцев.

Бухгалтерский баланс[[8]](#footnote-8) за 2012 год и 2011 года приведён в таблице 5.

**Таблица 5**

**Бухгалтерский баланс**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Наименование показателя | 2012 | 2011 |
| Актив 1. Внеоборотные активы |  |  |
| Нематериальные активыв том числе: нематериальные активынезавершенные вложения | 1409829213806 | 1299668212314 |
| Основные средствав том числе:здания, машины и оборудование, транспортные средствасооружения и передаточные устройствапрочие основные средстванезавершенные вложения в основные средства | 27522609-1412 | 67326407-325- |
| Финансовые вложения в том числе:вклады в уставные капиталы других организацийпредоставленные займы и депозитные вкладыпрочие финансовые вложения | 183879183879-- | ---- |
| Отложенные налоговые активы | 4584 | 145 |
| Прочие внеоборотные активы | 3094 | 2124 |
| ИТОГО | 208407 | 21997 |
| 2. Оборотные активы |  |  |
| Запасыв том числе:сырье, материалы и другие аналогичные ценности | 410410 | 168168 |
| Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям | 4266 | 3637 |
| Дебиторская задолженностьв том числе:дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются более чем через 12 месяцев после отчетной датыдебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течение 12 месяцев после отчетной даты | 1135165-1135165 | 414829-414829 |
| Денежные средства и денежные эквивалентыв том числе:наличные в кассесредства на расчетных счетахсредства на валютных счетахпрочие денежные средства и переводы в путиденежные эквиваленты | 90717-56346343701- | 258051-242608791-225000 |
| Прочие оборотные активы | 4430 | - |
| ИТОГО | 123988 | 676685 |
| БАЛАНС | 1443395 | 698682 |
| Пассив3. Капитал и резервыУставной капитал | 125300 | 125300 |
| Резервный капиталв том числе:резервы, образованные в соответствии с законодательствомрезервы, образованные в соответствии с учредительными документами | 48614861- | --- |
| Нераспределенная прибыль | 131801 | 108909 |
| ИТОГО | 261962 | 234209 |
| 4. Долгосрочные обязательства |  |  |
| Отложенные налоговые обязательства  | 73 | 160 |
| Оценочные обязательства | - | - |
| Прочие обязательства | 504197 | - |
| ИТОГО | 504270 | 160 |
| 5. Краткосрочные обязательства |  |  |
| Кредиторская задолженностьв том числе:поставщики и подрядчикиперсонал организацииналоги и сборы, социальное страхование и обеспечениеавансы полученные (кроме перевозок)авансы полученные за перевозкиакционеры по выплате доходов прочая задолженность | 66734415168041685078168987--337431 | 458574139057266022459294174--224 |
| Оценочные обязательства | 9819 | 5739 |
| Прочие обязательства | - | - |
| ИТОГО | 667163 | 464313 |
| БАЛАНС | 1443395 | 698682 |

 **2.2 Оценка сильных и слабых сторон ОАО «РЖД Логистика»**

Для оценки сильных и слабых сторон компании составим SWOT-анализ.

**Таблица 6**

**SWOT-анализ**

|  |  |
| --- | --- |
| Сильные стороны | Слабые стороны |
| 1. Известность компании2. Логистика по многим направлениям3. Возможность экспресс-доставки4. Наличие горячей линии для клиентов5. Надежные партнеры6. Сотрудничество с прессой7. Тендеры и госзаказы | 1. Небольшой опыт2. Слабая реклама |
| Возможности | Угрозы |
| 1. Стабилизация экономической ситуации и рост платежеспособности населения2. Повышение уверенности в молодежи в том, что товары из-за границы лучше, чем российские | 1. Повышение налоговый ставок2. Изменения таможенных процедур3. Рост конкуренции |

На основе данных SWOT-анализа можно наглядно рассмотреть сильные и слабые стороны компании, возможности и угрозы. Имея полную информацию о компании, можно повысить эффективность работы компании.

Для более детального рассмотрения сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, составим матрицу SWOT-анализа.

**Таблица 7**

**Матрица SWOT-анализа**

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование  | Подробное описание |
| Стильные стороны компании |
| 1. Известность компании2. Логистика по многим направлениям3. Возможность экспресс-доставки4. Надежные партнеры5. Сотрудничество с прессой6. Наличие горячей линии для клиентов7. Тендеры и госзаказы | 1. Компания «РЖД Логистика» является дочерней компании РЖД, которая в свою очередь имеет долгую историю и хорошую репутацию, что, соответственно, сказывается и на ОАО «РЖД Логистика»2. Компания осуществляет перевозки не только по всей России, но также по странам СНГ и Европы3. Компания предлагает своим клиентам услуги экспресс-доставки, в которые также входят дополнительные услуги. Такая услуга особенно актуальна в наше время.4. Партнерами «РЖД Логистика» являются такая известные компании, как Транс Контейнер, 1-ая Грузовая Компания, Вторая Грузовая Компания, Русская Тройка и другие. Наличие таких партнеров также положительно сказывается на репутации компании.5. Компания тесно сотрудничает с прессой, что помогает ей находить новых клиентов и проводит эффективные рекламные компании.6. Это является большим достоинством компании, так как в наше время все стараются решать возникшие задачи быстро и оперативно. Горячая линия позволяет моментально узнать ответы на интересующие вопросы7. Факт того, что компании доверяют госзаказы, является показателем ее эффективной работы и стабильности, что играет особую роль для клиентов |
| Слабые стороны |
| 1. Небольшой опыт2. Слабая реклама | 1. Компания существует на рынке с ноября 2010 года, и не располагает достаточным опытом, что иногда отпугивает потенциальных клиентов.2. Несмотря на известное имя и тесное сотрудничество с прессой, компания проводит недостаточное количество рекламных мероприятий. |
| Возможности |
| 1. Стабилизация экономики и рост платежеспособности населений2. Повышение уверенности в молодежи в том, что товары из-за границы лучше, чем российские | 1. Кризис постепенно отступает, платежеспособность населения растет, компания получает больше заказов, а так же крупные заказы на большие суммы2. В последнее время у молодежи снова наблюдается рост недоверия к отечественным товарам и услугам. Это является хорошей возможностью для компании, так как зачастую молодежь не может сама ездить за границу за нужными товарами и прибегает к помощи логистических компаний |
| Угрозы |
| 1. Повышение налоговый ставок2. Изменения таможенных процедур3. Рост конкуренции | 1. Налоговые ставки постоянно растут, и их рост негативно сказывается на прибыли компании.2. Изменения таможенных процедур может негативно повлиять на отлаженные схемы работы компании, что приведет к снижению эффективности ее работы3. Рынок логистических услуг – достаточно быстро развивающийся сегмент рынка, появляется все большее количество компаний-конкурентов. |

По мнению автора курсовой работы, компания «РЖД Логистика» развивается быстро и стабильно, за два года заметен достаточно большой рост компании. Но, не смотря на известность компании, хорошую репутации и т.д., имеется ряд непроработанных моментов.

Компания, конечно, не может повлиять на угрозы извне, но может уменьшить свои слабые стороны, что в конечном итоге во многом поможет справиться с возникающими угрозами и полностью использовать открывающиеся возможности.

По мнению автора курсовой работы, главным недостатком является слабая реклама, несмотря на тесное сотрудничество компании с прессой. Согласитесь: многие из вас видели рекламу РЖД, но практически никто не видел рекламу РЖД Логистики. Увеличение количества рекламных мероприятий, реклама по телевиденью и радио, обыкновенная реклама на улицах позволит привлечь новых клиентов, особенно из числа молодежи, для которой в настоящее время услуги логистических компаний являются очень востребованными.

В SWOT-анализе финансовое состояние компании не включено ни в одну из граф, так как, по мнению автора курсовой работы, 2 года – это слишком маленький срок для такой компании, что полностью оценить ее финансовое состояние.

**Заключение**

В соответствие с поставленной целью – определение сильных и слабых сторон ОАО «РДЖ Логистика» - в курсовой работе решены следующие задачи:

1. Изучено понятие об анализе сильных и слабых сторон предприятия.

Основные факторы, которые могут быть источником как сильных, так и слабых сторон предприятия, были выделены Дж. Пирсом и Р. Робинсоном. Анализ этих факторов позволяет составить комплексное представление о внутренней среде организации, о ее слабых и сильных сторонах.

Важно проводить оценку сильных и слабых сторон предприятия по всем направлениям его деятельности.

2. Рассмотрены различные методики проведения анализа сильных и слабых сторон предприятия.

Существует множество различных методик проведение анализа сильных и слабых сторон предприятия. Можно выделить основные из них:

- SWOT-анализ;

- SNW-анализ;

- PEST-анализ;

- анализ пяти сил Портера;

- анкетирование.

Важно отметить, что из всех представленных методов наиболее емким является SWOT-анализ, остальные же в основном применяются как дополнительных анализ на основе первого.

3. Представлена краткая характеристика компании «РЖД Логистика»

Компания существует достаточно недавно – с ноября 2010 года, и является дочерней компанией РЖД. Форма собственности – открытое акционерное общество, генеральных директор – Соколов Павел Владимирович.

Компания предоставляет логистические услуги по России, СНГ и Европе, а также большое количество дополнительных услуг.

На свою недолгую историю, компания успела приобрести надежных партнеров и именитых клиентов, что конечно положительно сказалось на репутации компании.

4. Проведен анализ сильных и слабых сторон компании.

Анализ проводился путем SWOT-анализа.

Компания имеет свои сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Можно отметить, что компания развивается стабильно и достаточно эффективно.

По мнению автора курсовой работы, главным недостатком является слабая реклама, несмотря на тесное сотрудничество компании с прессой. Согласитесь: многие из вас видели рекламу РЖД, но практически никто не видел рекламу РЖД Логистики. Увеличение количества рекламных мероприятий, реклама по телевиденью и радио, обыкновенная реклама на улицах позволит привлечь новых клиентов, особенно из числа молодежи, для которой в настоящее время услуги логистических компаний являются очень востребованными.

**Список литературы и используемых источников**

**Нормативно-правовые документы:**

1. Устав ОАО «РЖДЛ»

2. Бухгалтерский баланс ф 1 ОАО РЖДЛ за 2012 год

**Монографии, учебники и учебные пособия:**

1. Калужский М.Л. Практический маркетинг. – СПб.: Питер, 2012. – 176 с.

2. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 144 с.

3. Крейчман Ф.С. Эффективная организация управления акционерными предприятиями в условиях рынка. – М., 2000. – 316 с.

4. Парахина В.П. Стратегический менеджмент. – М.: КноРус, 2012. – 496 с.

5. Пирс Дж. Робинсоном Р. Стратегический менеджмент. – СПб.: Питер, 2013. – 560с.

6. Савицкая Г.В. Анализ эффективности деятельности предприятия. Методологические аспекты. – М.: Новое знание, 2004. – 160 с.

7. Тяпухин А.П. Логистика. – М.: Юрайт, 2012. – 576 с.

**Периодические издания:**

1. Майсак О. С. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. — 2013. — № 1 (21)

**Иностранная литература:**

1. Malabre, Jr., Alfred L. Lost Prophets: An Insider’s History of the Modern Economists// Harvard Business School Press. – 1994.

2. Michael E. Porter The Five Competitive Forces that Shape Strategy // Harvard Business Review. – 2008, январь.

**Ресурсы интернета:**

1. Официальный сайт компании «РЖД Логистика» - http://www.rzdlog.ru/ (дата обращения 29.04.13)

**Приложение 1**



Рис.3

Карта действия РЖД-экспресс по России

1. Malabre, Jr., Alfred L. (1994). Lost Prophets: An Insider’s History of the Modern Economists, p. 182. Harvard Business School Press. [↑](#footnote-ref-1)
2. Пирс Дж. Робинсоном Р. Стратегический менеджмент. – СПб.: Питер, 2013. – 560с. [↑](#footnote-ref-2)
3. Майсак О. С. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. — 2013. — № 1 (21) [↑](#footnote-ref-3)
4. Котлер Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 144 с [↑](#footnote-ref-4)
5. Парахина В.П. Стратегический менеджмент. – М.: КноРус, 2012. – 496 с. [↑](#footnote-ref-5)
6. Michael E. Porter The Five Competitive Forces that Shape Strategy // Harvard Business Review. – 2008, январь. [↑](#footnote-ref-6)
7. Официальный сайт компании «РЖД Логистика» - <http://www.rzdlog.ru/site/wcm/idc/groups/public/documents/document/mdaw/mde3/~edisp/ucm02rzdlogloc017451.pdf> (дата обращения 29.04.13) [↑](#footnote-ref-7)
8. Официальный сайт компании «РЖД Логистика» - <http://www.rzdlog.ru/site/wcm/idc/groups/public/documents/document/mdaw/mde3/~edisp/ucm02rzdlogloc017449.pdf> (дата обращения 29.04.13) [↑](#footnote-ref-8)