

*Вертай С.П.
УО Полес ГУ (Пинск)*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДИКИ КОНКУРИРУЮЩИХ ЦЕННОСТЕЙ

При построении профиля организационной культуры СООО «Пинскдрев – Адриана» была применена методика конкурирующих ценностей OCAI. В соответствии с этой методикой было выделено четыре типа организационной культуры, основывающихся на конкурирующих (взаимоисключающих) ценностях: клановая, иерархическая (бюрократическая), рыночная и адхократия. Каждый тип организационной культуры отражает её основные элементы, включая стиль менеджмента, стратегические планы, моральный климат, систему вознаграждений, сущность объединяющих принципов, особенности лидерства и базисные ценности организации. Сила организационной культуры определяется количеством пунктов оценки.

Учитывая доминирующее влияние руководителей и специалистов в формировании и развитии организационной культуры, диагностика проводилась с руководителями и специалистами СООО «Пинскдрев – Адриана». В выборке были отражены все подразделения в соответствии с организационной структурой предприятия.

Исследуемая организационная культура интерпретируется как сильная, с тенденцией к упрочнению основных стратегических позиций. При доминировании рыночной культуры организация ориентирована на результаты, главной целью является выполнение поставленных задач.

Критерии эффективности определяются в терминах рыночной доли и проникновения на рынок, важно опередить соперников и конкурировать на рынке. В целом организационная культура ассоциируется с американской моделью ведения бизнеса.

Представление о будущем образе предприятия существенно не различается в сознании менеджеров с разным должностным статусом. Имеется согласованность их мнений по таким признакам корпоративной культуры, как стиль управления, стратегические цели, критерии успеха. При построении усреднённого профиля организационной культуры это проявляется в том, что видение будущей организационной культуры продолжает развитие в сторону рыночной.

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	3
<i>Dra. Montserrat Font Vilalta</i> Estrategias para gestion del riesgo climatico mediante derivados financieros	4
<i>Miroslav Culik</i> Var-type measures application for risk analysis of a project in the energy generating sector	5
<i>Аблязова О.Н.</i> Рынок потребителя	7
<i>Абрамович Ю.Л.</i> Особенности маркетинговых исследований	8
<i>Авдеенко Н. М.</i> Услуги в образовании ФПГ И ТНК	9
<i>Авсейко М. Н.</i> Управление кредитной деятельностью банка	9
<i>Акулич И. Л., Демченко Е.В.</i> Исследование чувствительности потребителей к ценам	10
<i>Акулич И.Л., Тарелко В.В.</i> Роль маркетинга в экономической науке	11
<i>Акулич И.Л., Черник Н.Ю.</i> Современные тенденции развития бренд-менеджмента	12
<i>Алексеева Е.А.</i> Контроллинг в организации	14
<i>Алехнович Н.Л., Маклакова О.М.</i> Сравнительный анализ носителей рекламы	14
<i>Андилевко Т.В.</i> Оптимизация управления запасами в логистической цепи	15
<i>Андрянчикова М.Н.</i> Стратегии развития предприятия	16
<i>Аносов В.М.</i> Совершенствование финансового планирования	16
<i>Анохина Н.Н.</i> Математические модели маркетинга	17
<i>Антипенко Н. А.</i> Эффективность инвестиционных проектов	18
<i>Ахмедьярова М.В.</i> Управление качеством жизни населения	19
<i>Багиров В.А.</i> Трансформация нормативных признаков объектов авторского права	20

<i>Байнев В.Ф.</i> Инновационный менеджмент	21
<i>Бакланова А.С., Напреева Н.С.</i> Определение затрат на рекламу	22
<i>Баранчук В.А.</i> Емкость рынка мобильной связи	22
<i>Бахмане Л.И.</i> Маркетинговые стратегии предприятия	23
<i>Бахмат А.Б.</i> Определение целевых показателей предприятий водопроводно- канализационного хозяйства	24
<i>Belitski M.E.</i> Up-dated belarus-eu advantageous of trade-economic cooperation	25
<i>Белова С.О.</i> Скидки с цен в общественном питании	26
<i>Беляцкая Т.Н.</i> Основные тенденции развития бизнес-среды	27
<i>Бирицкая Н.М.</i> Управление туризмом в Беларуси	28
<i>Бобко Т.Л.</i> Рыночная ситуация	28
<i>Бобученко Н.П.</i> Контроллинг в управлении предприятием	29
<i>Богданкевич О.А.</i> Управление банковскими рисками	30
<i>Бондарь Т.Е.</i> Финансовый менеджмент в сфере господдержки сельского хозяйства	31
<i>Бондарь Т.Е., Леутина Л.И., Якубович В.И.</i> Рыночная философия хозяйствования	31
<i>Будник О.В.</i> Формирование и развитие экспедиционной деятельности	32
<i>Бурмистрова Н.А.</i> Оценка качества обслуживания в розничной торговле	33
<i>Бурмистрова Н.А., Желудок Е.А.</i> Развитие рынка продовольственных товаров	34
<i>Буртоликова С.В.</i> Торговое обслуживание в фирменных магазинах	34
<i>Бурцева О.А.</i> Особенности функционирования белорусских производителей мебели	35
<i>Бутеня В.Е.</i> Инновации как фактор успеха в бизнесе	36

<i>Быков А.А., Гейзлер П.С.</i>	36
Особенности кризиса белорусских предприятий	
<i>Вавилова Е.А., Березовская О.И.</i>	37
Коммуникационная политика банков	
<i>Вакульская О.А.</i>	38
Маркетинговые исследования рынка медицинских услуг	
<i>Валевич Р.П.</i>	39
Повышение конкурентоспособности национальной торговли	
<i>Валевич Р.П., Гапанович Е.В.</i>	40
Диверсификация поставок белорусской продукции	
<i>Ван Цзюнь</i>	41
Инвестиционный климат Китая	
<i>Василенко Н.К.</i>	42
Управление пассивами банков Республики Беларусь	
<i>Вашкевич Ю.Б.</i>	43
Регулирование внешней торговли	
<i>Ващенко Ю.В.</i>	44
Интернет-банкинг в Республике Беларусь	
<i>Верезубова Т.А.</i>	44
Менеджмент социального страхования	
<i>Веремеева И. А.</i>	45
Аккредитив как оптимальная форма расчетов	
<i>Веремеева И. А., Бальчевская О.В.</i>	46
Методика расчета ценовых скидок	
<i>Вертай С.П.</i>	47
Использование методики конкурирующих ценностей	
<i>Вечер А.В.</i>	47
Система паспортизации конкурентов	
<i>Викторова Е.И.</i>	48
Упаковка как элемент товарной политики	
<i>Вишневецкая А.П.</i>	48
Стимулирование продаж	
<i>Вишняков В.А.</i>	49
Организация подготовки маркетологов	
<i>Владыко А.В.</i>	50
Бизнес-планирование в менеджменте организаций	
<i>Володько Л.П.</i>	51
Оценка качества информационных технологий	
<i>Володько О.В.</i>	51
Оценка качества стратегии развития предприятия	
<i>Волонцевич Е.Ф.</i>	52
Требования к поставщикам потребительских товаров	

<i>Вольнец Н.И.</i>	53
Современная концепция международного маркетинга	
<i>Воронцова Т.В.</i>	55
Сегментирование потребителей торговых организаций	
<i>Востокова Н.А.</i>	56
Функционирование зерновых рынков в Чехии и Словакии	
<i>Гапанович Е.В.</i>	56
Экспорт сахара в Российскую Федерацию	
<i>Гарчук И.М.</i>	57
Маркетинговая деятельность вуза	
<i>Германенко Л.Н.</i>	57
Продовольственная самодостаточность	
<i>Гиль Е.М.</i>	58
Трансфертное ценообразование	
<i>Гимельштейн И.В., Анкудинова М.В.</i>	59
Управление структурными преобразованиями на предприятии	
<i>Гладковский В.И.</i>	60
Менеджмент качества образования в техническом вузе	
<i>Голик В.С.</i>	61
Маркетинговые исследования в интернете	
<i>Головкова Е.А.</i>	62
Себестоимость подготовки специалиста	
<i>Гончаренок Д.Г.</i>	63
Развитие налогового менеджмента	
<i>Гончарик О.В.</i>	63
Особенности учета проката автомобилей	
<i>Гончаров В.А.</i>	64
Совершенствование трудового менеджмента	
<i>Горбачева А.И.</i>	65
Корпоративное управление и консолидированная отчетность	
<i>Горбылева И.А.</i>	66
Возможности оценки конкурентных сил	
<i>Грабовский А.В.</i>	67
Оценка эффективности бизнеса	
<i>Грудницкая Н.А.</i>	68
Алгоритмизация производственной программы	
<i>Гунаре М.Л.</i>	68
Маркетинговые технологии продвижения товаров и услуг	
<i>Гурская Е.В.</i>	69
Возмущающие воздействия в управлении производством	
<i>Гурская С.П.</i>	70
Защита потребительского рынка	