

разработка эффективной системы мотивации, направленной на стимулирование сотрудников к достижению высоких результатов труда и вовлечённости в достижение целей предприятия [3].

Список использованных источников

1. Маслова, Т. В., Рознина, Н. В., Карпова, М. В. Анализ ресурсно-производственного потенциала организации //Актуальные вопросы современной экономики. – 2019. – №. 5. – С. 39–44.
2. Дубинина, Н. А. Производственный потенциал промышленного предприятия и методы его оценки // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. – 2009. – №. 1. – С. 29–32.
3. Чередниченко, О. А., Куренная, В. В. Ресурсосбережение как средство повышения экономической эффективности использования производственного потенциала предприятия // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. – №. 80. – С. 611–625.

УДК 65.011

ВНУТРЕННЯЯ СРЕДА И ВЫБОР СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

*Гвоздеева А. А., студ., Чукасова-Ильюшкина Е. В., к.т.н., доц.
Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Быстрое и динамичное изменение рыночной конъюнктуры и потребительских предпочтений в современных условиях становится нормой, поэтому важно понимать особенности внутренней среды организации и ее взаимосвязь с выбором стратегии.

Внутренняя среда организации включает в себя все элементы, которые взаимодействуют между собой и влияют на эффективность функционирования организации: сотрудники, управленческие процессы, технологии, корпоративная культура и ресурсы.

Ключевым аспектом, способствующим выбору стратегии, является не только исследование и адаптация элементов внутренней среды, но и влияние факторов внешней среды на деятельность организации, таких как конкуренция, изменения в законодательстве, экономическая ситуация и технологические тренды.

Очевидно, что внутренняя среда должна быть гибкой и уметь подстраиваться под внешние вызовы, иначе организация рискует потерять свою конкурентоспособность.

Выбор стратегии является результатом комплексного анализа всех воздействий, происходящих внутри и вне компании. На практике существует несколько подходов к формированию стратегий, среди которых можно выделить стратегию дифференциации, стратегию снижения издержек и стратегию фокусирования. Стратегия дифференциации предполагает создание уникальных продуктов или услуг, способных привлечь потребителей благодаря своим характеристикам. Стратегия снижения издержек ориентирована на минимизацию затрат при производстве и реализации товаров, что

позволяет удерживать конкурентные цены. Стратегия фокусирования заключается в концентрации на узком сегменте рынка и наиболее эффективном удовлетворении потребностей конкретной группы клиентов.

При выборе стратегии предприятия весьма важно учитывать и корпоративную культуру, которая в значительной степени определяет, как будут восприниматься и реализовываться стратегические инициативы. Корпоративная культура включает в себя ценности, нормы и привычки сотрудников, которые могут как содействовать, так и препятствовать внедрению новой стратегии.

Самый важный этап в процессе стратегического выбора – это его реализация. Часто недостаточная подготовленность или сопротивление персонала могут стать главными причинами неудач при внедрении новой стратегии. Поэтому необходимы маркетинговые коммуникации, обучение сотрудников и привлечение их к процессу принятия решений, так как информирование на всех уровнях организации о необходимости изменений и их целях создает ощущение причастности к общему делу и способствует уменьшению потенциального сопротивления.

Не менее важным является мониторинг и оценка внедряемой стратегии. Это позволяет не только удостовериться в ее успешности или выявить неэффективные решения, но и своевременно корректировать действия в зависимости от изменяющихся условий. Постоянный анализ рынка и внутренней среды помогает организации быстро реагировать на изменения и оставаться конкурентоспособной.

Исследование внутренней среды организации и выбор стратегии представляют собой многогранный процесс, требующий комплексного подхода. Организации, способные эффективно анализировать свою внутреннюю среду, выявлять свои сильные и слабые стороны, а также гибко подстраивать свои стратегии под внешние вызовы, имеют все шансы на успешное функционирование и развитие в современном мире [1, 2].

Список использованных источников

1. Чупин, Ю. Н. Анализ внешней и внутренней среды в формировании стратегии предприятия / Ю. Н. Чуприн // Аграрное образование и наука. 2017. – Уральск, 2017. – № 3. – С. 20–24.
2. Макеева, Е. Д. Анализ факторов внутренней и внешней среды предприятия / Е. Д. Макеева // Научно-исследовательский электронный журнал «Экономические исследования и разработки / Economic development research». 2017. – Уральск, 2017.

UDC 339.924

ANALYSIS OF THE STATE AND DEVELOPMENT OF FOREIGN TRADE COOPERATION BETWEEN BELARUS AND CHINA

*Yining Li, MBA student, Savetnikava V, associate professor, PhD
Vitebsk State Technological University, Vitebsk, Republic of Belarus*

China is Belarus's largest trading partner in Asia, while Belarus is one of China's key economic and trade partners in Central and Eastern Europe. Cooperation in trade, investment,