

Ainsi, à notre avis, un logo parfait est possible s'il est intemporel et conçu pour durer dans le temps. Son évolution doit au changements du client et à l'apparition de nouvelles valeurs de la compagnie-titulaire.

<http://edoc.bseu.by/>

V. Tsatsarina
В. В. Цацарина
БГСХА (Горки)

Научный руководитель А.С. Саскевич

IMPACT DE L'ENVIRONNEMENT SOCIO-CULTUREL SUR LE COMMERCE INTERNATIONAL

Влияние социокультурной среды на международный бизнес

L'objectif est d'examiner l'impact des facteurs socio-culturels sur le commerce international.

Mission:

1. Considérer le concept d'environnement socio-culturel
2. Définition du concept de "commerce international"
3. Identifier les principaux facteurs socio-culturels

Corps. *L'environnement socio-culturel* est un ensemble de valeurs, normes, règles, lois, technologies et données scientifiques acceptées dans la société, qui guident une personne lors de la construction de tout type de communication.

Le commerce international est une certaine structure avec tout un ensemble de règles pour l'interaction des sujets des relations interétatiques.

L'entrepreneuriat est influencé par divers facteurs, à la fois l'environnement interne et externe. Atteindre le niveau international augmente l'incertitude des décisions. L'environnement externe peut être divisé en environnements macro et micro. Sa formation peut être influencée par des facteurs socio-culturels, économiques, commerciaux, technologiques et autres.

Les facteurs socio-culturels comprennent l'évolution de la situation démographique, du niveau d'éducation, du système de santé et de la sécurité sociale. La mobilité de la main-d'œuvre, les habitudes et les passe-temps de la population, le mode de vie, les valeurs, les priorités forment également des facteurs socio-culturels influençant sur le commerce. Il convient de noter que la plupart des valeurs sont formées à la suite d'événements historiques, politiques et sociaux dans le pays. Le comportement des gens peut être influencé par le climat, la durée de la journée, le changement des saisons et d'autres facteurs qui affectent indirectement la perception du monde par une personne.

Le commerce est une relation d'achat et de vente qui se développe entre les entités. Les affaires internationales couvrent des sujets appartenant non seulement à différentes économies nationales, mais également à différentes sphères socio-culturelles. Le succès d'un commerce dépend en grande partie de la confiance entre les sujets, il est donc très important de comprendre les subtilités des aspects culturels et sociaux de la vie.

Lorsque des sujets appartenant à différents groupes socio-culturels interagissent, il y a une intersection des cultures. Autrement dit, la coopération et la communication se construisent à l'intersection des cultures. L'ouverture de l'information de la plupart des pays a rendu la possibilité de créer une entreprise internationale plus accessible. Il existe des tendances scientifiques qui évaluent l'importance de l'environnement socio-culturel dans l'établissement de relations internationales efficaces de différentes manières. Les universalistes pensent que le rôle des différences culturelles est exagéré, car toutes les personnes sont du même type, ce qui signifie que l'établissement de relations ne nécessite pas d'efforts supplémentaires. L'approche par grappes économiques suppose qu'il existe des différences, mais la différence de degré de développement économique est plus importante. L'approche du cluster culturel considère l'étude de l'aspect culturel comme la clé pour établir des relations d'affaires efficaces à long terme entre les représentants du commerce international.

K. Chouchkévitich

К. А. Шушкевич

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А. В. Темнохуд

LE COWORKING COMME OUTIL D'ORGANISATION DES ACTIVITÉS PROFESSIONNELLES COLLECTIVES

Коворкинг как инструмент организации коллективной профессиональной деятельности

Le coworking est une nouvelle forme spécifique de travail qui consiste en coopération et qui caractérise une nouvelle culture organisationnelle: les frais de bail d'un local équipé, soit un appartement ou soit un bureau, sont partagés par plusieurs personnes.