

## Références

1. Vrai ou faux: l'impact de la voiture électrique sur l'environnement [Ressource électronique] // CHARGEguru. — Mode d'accès: <https://chargeguru.com/fr/fiches-pratiques/2020/07/01/vrai-ou-faux-limpact-de-la-voiture-electrique-sur-lenvironnement/>. — Date d'accès: 28.09.2022.

2. La voiture électrique est-elle écologique? [Ressource électronique] // Progrès Égyptien. — Mode d'accès: <https://www.progres.net.eg>. — Date d'accès: 19.10.2022.

**D. Dvorak**

**Д.А. Дворак**

БГЭУ (Минск)

*Научный руководитель И.В. Пантелева*

## ÉCONOMIE DE L'EXPÉRIENCE EN LIBRAIRIE

### Экономика впечатлений в книжной индустрии

L'objectif de cette étude est d'analyser les concepts de l'économie de l'expérience en relation avec la sélection et l'achat de livres par les étudiants.

Dans le contexte des tendances modernes du marché, l'économie des biens et services est passée au second plan. Elle a été remplacée par l'économie de l'expérience qui est une économie où de nombreux biens ou services sont vendus en mettant l'accent sur l'effet qu'ils peuvent produire sur la vie des gens. La société s'adaptant aux réalités modernes, l'économie de l'expérience devient très en vogue. Aujourd'hui, ce ne sont pas les choses achetées qui sont plus importantes, mais les impressions. Le principe de l'économie de l'expérience est l'impact psychologique sur les clients. À l'heure actuelle l'économie de l'expérience comprend trois parties principales: le produit, le service et l'impression. Souvent, l'impression affecte nos décisions plus que le produit et le service.

Les livres deviennent souvent des achats impulsifs: ils attirent facilement notre attention et sont assez abordables d'où l'apparition d'un grand nombre de livres non lus sur les étagères des clients ce qui est décourageant. L'économie de l'expérience joue un rôle essentiel dans le processus d'achat de livres. Parmi les étudiants, ce sujet est particulièrement pertinent en raison de la nécessité d'acheter des livres pour leurs études et d'autres raisons. À ces fins, une enquête auprès d'étudiants biélorusses a été menée pour évaluer les méthodes d'attraction de ce jeune public dans les librairies ainsi que déterminer les facteurs liés à l'économie de l'expérience dans les librairies. Le questionnaire tenait compte des facteurs qui attireraient les étudiants dans les librairies, les librairies préférées pour s'acheter des livres, les facteurs qui influençaient le choix dans les librairies, la participation des étudiants aux événements et ateliers organisés par des librairies.

Les résultats de l'enquête ont montré que la vente des livres était liée à l'économie de l'expérience. Lorsqu'on leur a demandé la première raison pour acheter des livres, 38,5 % des participants ont répondu que leurs achats étaient plutôt compulsifs; 17,3 % s'achetaient par habitude ou pour alimenter leurs collections, 11,5 % pour leurs études, près de 6 % ne pouvaient pas imaginer leur vie sans livres. L'enquête a révélé les facteurs les plus importants qui influençaient le choix en librairie: un prix abordable, des conseils d'un enseignant, blogueur ou ami, une couverture du livre attrayante, la popularité mondiale du livre et l'ambiance à la librairie.

Les librairies créent des conditions particulières pour une meilleure demande de biens: remises, présence d'un point de retrait lors de la commande en ligne, ambiance favorable, rencontres avec des personnalités, soirées littéraires, disponibilité d'autres biens et services à la librairie, en plus des livres. Ainsi, les remises sur l'application de la librairie attirent 77 % des clients, la présence d'un point de retrait est la deuxième plus importante, et pour 50 % des clients, il est important d'avoir d'autres produits à la librairie, à part les livres. Les clients sont également intéressés par les événements inhabituels organisés par les librairies.

Bien que Minsk ne puisse pas se vanter d'une grande variété de librairies, il y a certainement des pionniers dans ce domaine. Selon les réponses des étudiants biélorusses, la librairie OZ occupe la première place parmi les librairies à Minsk. Près de 70 % des participants du sondage choisissent cette librairie en fonction des facteurs suivants: une ambiance favorable, un large éventail de littérature de renommée mondiale, la présence d'un point de retrait, la livraison et d'autres marchandises dans le magasin en plus des livres.

Les techniques marketing qui servent à attirer les clients dans les librairies ont été évaluées et les facteurs liés à l'économie de l'expérience dans les librairies ont été déterminés. L'étude a démontré que les jeunes étaient prêts à dépenser plus d'argent non seulement pour satisfaire leurs besoins, mais pour avoir de nouvelles impressions, le plaisir esthétique et un passe-temps agréable.

**A. Lapatko, T. Golénok**

**А.В. Лапатко, Т.Д. Голенок**

**БГЭУ (Минск)**

*Научный руководитель А.В. Темнохуд*

## **MODÉLISATION MATHÉMATIQUE EN ÉCONOMIE SUR L'EXEMPLE DE L'ÉPIDÉMIE DE COVID-19**

### **Роль математического моделирования в экономике на примере эпидемии COVID-19**

La montée en puissance de la modélisation constitue l'une des évolutions les plus marquantes connues par l'économie ces dernières décennies, au point d'ailleurs qu'elle se