

Сюй Хуэймэн

Xu Huimeng

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель О.Е. Ефимчик

ЗНАЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СРЕДЫ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

The importance of the sociocultural environment in international business

Социально-культурные факторы охватывают практически все стороны человеческой жизни. В каждой стране существуют свои обычаи и нравы, ценности и установки, менталитет и привычки, средства коммуникаций и условия жизни. При выходе на конкретный зарубежный рынок следует изучить социально-культурную среду именно этой страны и только на основании результатов такого исследования можно принять решение о возможности работы там. Цель данной работы — рассмотреть аспекты социально-культурной среды, влияющие на ведение международного бизнеса.

Можно выделить шесть главных аспектов культурной среды, которые важно изучить, перед тем как начать работать в другой стране:

1. Уровни экономического и научно-технического развития страны. «Содействие развитию инновационных процессов, оказывающих прямое влияние на общую социально-экономическую ситуацию, входит сегодня в число приоритетов государственной политики развитых стран» [1]. Здесь нужно изучить статистику экономики, статистику инвестиций, показатели науки, инноваций, производства, энергоэффективности, транспорта, связи и торговли, охрану окружающей среды и др.

2. Социальная сфера, определяющая, как люди связаны друг с другом в обществе, безусловно, оказывает влияние на маркетинговую деятельность. Здесь следует изучить численность и состав населения, уровень его благосостояния, качество жизни, потребление населением материальных благ и услуг и т.д. Социальная сфера является предметом исследования социального маркетинга.

3. Эстетическая сфера: искусство, фольклор, музыка, танцевальные традиции и т.д. Художественная культура страны содержит много символов, важных для данной культуры. Это имеет особое значение для бизнеса, например при работе с дизайном товара или его упаковки, при создании рекламной продукции. Ошибка при создании рекламного образа может привести к провалу всей хозяйственной деятельности.

4. Язык является одним из наиболее важных факторов в международной деловой деятельности. Участники международных деловых мероприятий часто сталкиваются с языковыми барьерами, которые мешают взаимопониманию и могут привести к ошибкам и потерям в бизнесе.

5. Культурные ценности, значимые в данной стране — религия, семейные ценности, образ жизни и социальные обычаи. Культурные ценности оказывают большое влияние на поведение людей, что также следует учитывать при ведении бизнеса и общении с зарубежными партнерами.

6. Культурные факторы, связанные с природными условиями данной страны. Географическая среда влияет на физиологию людей, на повседневную жизнь, питание, общественный строй [2], что также влияет на бизнес и должно являться предметом изучения перед выходом на международный рынок.

Таким образом, были рассмотрены факторы социокультурной среды, которые, хотя и не являются главным содержанием международного бизнеса, все же имеют существенное, часто определяющее значение при работе на внешнем рынке.

Источники

1. *Аганина, Л.С.* Методы разработки и реализации эффективной государственной инновационной политики [Электронный ресурс] / Л.С. Аганина // disserCat. — Режим доступа: <https://www.dissercat.com/content/metody-razrabotki-i-realizatsii-effektivnoi-gosudarstvennoi-innovatsionnoi-politiki>. — Дата доступа: 29.10.2022.

2. Человек и природа. Географическая среда и ее влияние на развитие общества [Электронный ресурс] // PSYERA. — Режим доступа: https://psyera.ru/chelovek-i-priroda-geograficheskaya-sreda-i-ee-vliyanie-na-razvitie-obshchestva_14974.htm. — Дата доступа: 28.10.2022.