

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет»

**НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В УСЛОВИЯХ
ПЕРЕХОДА К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Материалы XII Международной научно-практической конференции

(17–18 апреля 2025 г., Пермь, Россия)

В 2 томах
Том 2

Пермь
ПГГПУ
2025

УДК 004.49
ББК Ч2+Ч4
НЗ4

- Наука** и образование в обеспечении устойчивого развития человеческого потенциала в условиях перехода к цифровой экономике : материалы XII Международной научно-практической конференции (17–18 апреля 2025 г., Пермь, Россия) : в 2 томах. Том 2 / редакционная коллегия : В.П. Пфлюг, Е.Б. Аликина, А.Ю. Скорнякова, А.А. Носков ; Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет. – Пермь, 2025. – 5,71 Mb. – 1 электрон. опт. диск (CD-R). – Систем. требования: ПК, процессор Intel(R) Celeron(R) и выше, частота 2.80 ГГц; монитор Super VGA с разреш. 1280 × 1024, отображ. 256 и более цв.; 1024 Mb RAM; Windows XP и выше; Adobe Acrobat 8.0 и выше; CD-дисковод; клавиатура; мышь. – Текст (визуальный) : электронный.

ISBN 978-5-907676-79-4

Сборник содержит материалы, в которых представлены результаты исследований различных аспектов обеспечения устойчивого развития социально-экономических систем. В нем рассматриваются проблемы науки и образования в условиях перехода к цифровой экономике; обсуждаются методы эффективного управления образовательными системами; представлены возможности применения математических методов и информационных технологий в экономике инновационного развития. Также в сборнике рассматриваются актуальные проблемы и перспективы физико-математического образования в евразийских странах.

В сборнике опубликованы статьи преподавателей, студентов и магистрантов факультета информатики и экономики ПГГПУ, вузов г. Перми, России и зарубежных партнеров университета.

Материалы сборника адресованы широкому кругу специалистов в сферах экономики, педагогики, математики, физики, IT, управления, финансов.

УДК 004.49
ББК Ч2+Ч4

Редакционная коллегия:

В.П. Пфлюг – кандидат педагогических наук, доцент, декан факультета информатики и экономики;

Е.Б. Аликина – кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой экономики;

А.Ю. Скорнякова – кандидат педагогических наук, доцент, декан математического факультета;

А.А. Носков – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики

Издается по решению редакционно-издательского совета
Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета

ISBN 978-5-907676-79-4 (т. 2)
ISBN 978-5-907676-78-7

© ФГБОУ ВО «Пермский государственный
гуманитарно-педагогический университет», 2025

Содержание

V. СТАТЬИ СТУДЕНТОВ, ВЫПОЛНЕННЫЕ САМОСТОЯТЕЛЬНО И СОВМЕСТНО С НАУЧНЫМИ РУКОВОДИТЕЛЯМИ

АХУНЗЯНОВА П.Р., ПФЛЮГ В.П. ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ ПОСРЕДСТВОМ ИЗУЧЕНИЯ ФАКУЛЬТАТИВА «ПИН-КОД: ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ»	7
БОРОДУЛИНА Я.С., ШВАЛЕВА О.В. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОФОРИЕНТАЦИОННОЙ РАБОТЫ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РЕСУРСОВ ПЛАТФОРМЫ «УРОК ЦИФРЫ»	14
ВАГУЛИН И.А., ПОЛОВИНА И.П. РАЗРАБОТКА ДИДАКТИЧЕСКИХ МАТЕРИАЛОВ КУРСА «ЯЗЫК ПРОГРАММИРОВАНИЯ PYTHON И ОБРАБОТКА БОЛЬШИХ ДАННЫХ» ДЛЯ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	19
ВОЛК В.М., АЛИКИНА Е.Б. ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ НА УРОКАХ МАТЕМАТИКИ В НАЧАЛЬНОЙ ШКОЛЕ	24
ГЛАЗКОВА А.А., ПАРШУТИЧ О.А. КУЛЬТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНУЮ ТОРГОВЛЮ.....	29
ГОРОДНОВ И.Э., ПОЛИЩУК Я.В., ХАНЖИН А.Е., МАРКВИРЕР В.Д. РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТА НОРМОКОНТРОЛЯ ТЕКСТОВЫХ ДОКУМЕНТОВ	35
ГОФМАН Е.С., СИМАКИНА Н.И. ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ СИМУЛЯТОР: РЕШЕНИЕ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ В БЕЗОПАСНОЙ СРЕДЕ	41
ДЕМЕНЕВА А.Е., КАЗАРИНОВА Н.Л. СЕМЕЙНАЯ ИГРА – ОБРАЗОВАНИЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ	48
ДИЛАНЯН А.М., МАЛЬЦЕВ О.В. К ВОПРОСУ ОБ УЧАСТИИ ЗАКОННЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ОРГАНИЗАЦИЙ В ДЕЛАХ О БАНКРОТСТВЕ	52
КАЗАКОВА С.А., КОЖЕВНИКОВА К.С., МЕХЕДОВ В.В. РАЗРАБОТКА ДИСТАНЦИОННОГО КУРСА ПО NO-CODE-ПРОГРАММИРОВАНИЮ НА ОСНОВЕ ПЛАТФОРМЫ MIT APP INVENTOR.....	58
КОНДРАТЕНКО Е.С., ПАРШУТИЧ О.А. ПРИОРИТЕТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ БЕЛАРУСИ В РАМКАХ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА В 2025 ГОДУ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ	63

КОСТЮКЕВИЧ К.Д., ПАРШУТИЧ О.А. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ БРЕСТСКОЙ ОБЛАСТИ.....	68
КРУПИНИНА К.А., СОКОЛОВА А.В., ХУДОРОЖКОВ Л.Ю. АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ СИСТЕМЫ АНАЛИЗА ПРОГРАММНОГО КОДА: СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА И СЛОЖНОСТИ	76
ЛЕВОЧКИНА В.О., СИМАКИНА Н.И. ПРИМЕНЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО АНАЛИЗА ДАННЫХ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА СОТРУДНИКОВ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	82
МАКСИМОВ А.В., СИМАКИНА Н.И. РАЗРАБОТКА МОДЕЛИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ОБЪЕМА ПРОДАЖ ПО ДАННЫМ СЕТИ ОПТИК «ФРЕШ-ОПТИКА».....	90
МАРКОВ М.С., МАКОДРАЙ М.А., СИМАКИНА Н.И. АРХИТЕКТУРА ДОЛГОСРОЧНОЙ ПАМЯТИ О ПОЛЬЗОВАТЕЛЕ В СИСТЕМЕ ЧАТА С ПРИМЕНЕНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ RAG	95
МИХЕЕВ В.К., ДОЛГАНОВА Я.А. РАЗВИТИЕ SOFT-SKILLS В УСЛОВИЯХ АВТОМАТИЗАЦИИ И ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРОФЕССИЙ: СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ	100
МЫСЛЕНЦЕВА Д.И., ЮНУСОВА Э.Б., ТИХОНОВА И.Ю. РАЗВИТИЕ ИНКЛЮЗИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ ЦИФРОВОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЫ	105
НЕЧАЕВ А.И., КАЛЬСИНА А.А. ВОПРОСЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СФЕРЫ ОБРАЗОВАНИЯ В РОССИИ	111
ОЩЕПКОВ А.О., КУЗАЕВ А.Ф. ОПЫТ РАЗРАБОТКИ, ТЕСТИРОВАНИЯ И ВНЕДРЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ В РАМКАХ ВЫПОЛНЕНИЯ КВАЛИФИКАЦИОННЫХ РАБОТ ПРИ ПОДГОТОВКЕ ИТ-СПЕЦИАЛИСТОВ НА ФАКУЛЬТЕТЕ ИНФОРМАТИКИ И ЭКОНОМИКИ ПГГПУ	118
ПАНИНА С.М., СЕЛЕЗНЕВА С.М. ЗАЧЕТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИСТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ» В ФОРМЕ «РАЗРАБОТКА И ПРОВЕДЕНИЕ ИГРЫ СТУДЕНТАМИ В ПСИХОЛОГО- ПЕДАГОГИЧЕСКИХ КЛАССАХ»: РИСКИ И ВОЗМОЖНОСТИ.....	127
РАКОВСКАЯ Д.Я., МАРКВИРЕР В.Д. АЛГОРИТМ РЕШЕНИЯ ЗАДАЧИ АВТОМАТИЗАЦИИ ПРОВЕРКИ РУКОПИСНОГО КОДА.....	132

СЕДИНИНА Л.В., КАТАНОВА Т.Н. ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....	139
СЕРГЕЕВ Д.А., СИМАКИНА Н.И. РАЗРАБОТКА МНОГОУРОВНЕВОЙ МУЛЬТИПЛАТФОРМЕННОЙ СИСТЕМЫ «АРЕНДА АВТОМОБИЛЕЙ» В РАЗРЕЗЕ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	143
СТРАХОВ В.В., ЧЕКУЛИН Н.П., ХУДОРОЖКОВ Л.Ю. РАЗРАБОТКА И АРХИТЕКТУРА ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ «ЭФФЕКТИВНЫЙ КОНТРАКТ» ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВУЗА (НА ПРИМЕРЕ ПГГПУ)	148
ЧЕРЕЗОВА А.В., ПФЛЮГ В.П. ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ФОРМА ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ШКОЛЬНИКОВ.....	156
ШАРАВЬЕВА А.А., ТИХОНОВА И.Ю. ФИНАНСОВОЕ МОШЕННИЧЕСТВО И СПОСОБЫ ЗАЩИТЫ ШКОЛЬНИКОВ	162
ШВАРЁВА М.А., ТИХОНОВА И.Ю. КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ ШКОЛЬНИКОВ.....	170
ШКОДИН И.А., СЕЛЕЗНЕВА С.М. МЕТОДИКА «МОРСКОЙ БОЙ» КАК ФОРМА СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ.....	176
ШУБИНА К.С., РЯБУХИН В.В. ИССЛЕДОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ ИЗУЧЕНИИ ДИСЦИПЛИН ЭКОНОМИКА И ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ В ОСНОВНОЙ И СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ	180

УДК 339.5
ББК 65.5

Глазкова Ангелина Александровна
студентка 2 курса факультета экономики и финансов
glazkovaangelina999@gmail.com

Паршутич Ольга Александровна
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономической теории
parshutich.o@polessu.by

*Полесский государственный университет
Беларусь, 225716, г. Пинск, ул. Днепровской флотилии, 23*

КУЛЬТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА МЕЖДУНАРОДНУЮ ТОРГОВЛЮ

Angelina A. Glazkova
Student of the 2nd Course, Faculty of Economics and Finance Economics

Olga A. Parshutich
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
of the Department of Economic Theory

*Polessky State University
23, Dneprovskaya Flotilla St., Pinsk, 225716, Belarus*

CONSUMER CULTURE AND ITS IMPACT ON INTERNATIONAL TRADE

Аннотация. В статье исследуется влияние культуры потребления на покупательское поведение и международную торговлю. Рассматриваются ключевые факторы, формирующие культуру потребления, включая социальные, экономические, технологические и экологические аспекты, а также факторы, оказывающие влияние на культуру потребления в Республике Беларусь. Особое внимание уделяется изменениям в потребительских предпочтениях в условиях глобализации и цифровизации. Анализируются такие тренды, как осознанное потребление, экологичность и цифровизация и их влияние на международные торговые потоки. В заключение предлагаются рекомендации для бизнеса и политиков по адаптации к меняющимся потребительским запросам.

Ключевые слова: культура потребления, покупательское поведение, международная торговля, глобализация, цифровизация, осознанное потребление, экологичность, импорт, тренды, устойчивое развитие, онлайн-покупки, экспортно-импортные потоки.

Abstract. The article examines the impact of consumer culture on consumer behavior and international trade. The key factors shaping the culture of consumption, including social, economic, technological and environmental aspects, as well as factors influencing the culture of consumption in the Republic of Belarus, are considered. Particular attention is paid to changes in consumer preferences in the context of globalization and digitalization. The article analyzes trends such as conscious consumption, environmental friendliness and digitalization, and their impact on international trade flows. In conclusion, recommendations are offered for businesses and policy makers to adapt to changing consumer demands.

Key words: consumer culture, consumer behavior, international trade, globalization, digitalization, conscious consumption, environmental friendliness, import, trends, sustainable development, online shopping, export-import flows.

Культура потребления включает в себя совокупность ценностей, традиций, норм и установок, которые формируют покупательское поведение населения. Она определяется историческими особенностями, уровнем развития экономики, доступностью технологий и культурными стандартами общества [4]. Это динамическое явление, формирующееся под влиянием множества факторов, включая:

- социальные – уровень образования, влияние СМИ и соцсетей, культурные традиции, мода и тренды, семейное положение, социальный класс;
- экономические – уровень доходов, уровень инфляции, политика заработных плат, уровень безработицы, стоимость жизни;
- технологические – уровень доступности Интернета, развитие цифровых технологий, автоматизация производства и логистики;
- экологические тенденции.

В условиях глобализации и цифровизации покупательские привычки изменяются, что оказывает прямое влияние на структуру международной торговли и импортируемые товары. Изменения в предпочтениях потребителей диктуют новые условия для бизнеса и международных экономических отношений.

Иногда влияние культуры на поведение покупателей очевидно. К примеру, культурные запреты на употребление определенных продуктов, таких как алкоголь или мясо, а также предпочтения в выборе стиля одежды, помогают легко понять некоторые покупательские модели. Такие аспекты, как размер домохозяйства или роль женщин в управлении им, также определяют, кто приобретает определенные товары и в каком объеме.

Однако влияние культуры не всегда лежит на поверхности. Более тонкие элементы, такие как временная ориентация (сосредоточенность культуры на прошлом, настоящем или будущем), также играют роль. Они, например, могут влиять на аспекты онлайн-покупок, такие как уровень доверия или склонность к социальным взаимодействиям.

Безусловно, каждый человек уникален, и степень, в которой он подвержен влиянию своей культуры, варьируется. Индийские потребители, например, чаще ориентированы на семью по сравнению с западными, но это не означает, что

среди индийских покупателей не встречаются индивидуалисты. Точно так же в западных культурах, где доминируют индивидуалистические подходы, есть потребители, мыслящие коллективно.

В постиндустриальную эпоху культура потребления претерпевает значительные изменения, связанные:

- с углублением цифровизации (рост доли онлайн-покупок, маркетплейсов и цифровых финансовых инструментов);
- усилением экологического сознания (переход к устойчивому потреблению, выбор товаров с низким углеродным следом);
- влиянием глобализации (появление унифицированных трендов, таких как fastfashion, healthylifestyle, zerowaste).

Рост осознанного потребления, усиление тренда на локальные продукты и повышение интереса к экологически чистым товарам оказывают значительное влияние на экспортно-импортные потоки. Например, согласно отчетам Всемирного экономического форума, спрос на органическую продукцию за последние десять лет вырос на 50 %, что привело к увеличению импорта товаров из стран с развитым органическим сельским хозяйством, таких как Дания, Германия и США [3].

Изменения в культуре потребления и предпочтениях потребителей оказывают долгосрочное влияние на международную торговлю. Растущий спрос на экологичные и высокотехнологичные товары ведет к изменениям в товарной структуре импорта и экспорта, что открывает новые возможности для бизнеса и производителей, которые могут предложить продукцию, соответствующую этим новым требованиям.

Можно выделить следующие факторы, оказывающие влияние на культуру потребления в Республике Беларусь:

1. Экономические факторы:

- Рост/падение доходов

В 2020–2022 гг. реальные доходы снижались (-3 % в 2022 г.), что увеличило спрос на дешевые импортные товары. В результате увеличилась доля Китая в поставках электроники с 40 до 65 % в 2020–2023 гг. из-за ценовой доступности. С 2023 г. – слабый рост зарплат (+5 %) вернул интерес к премиальным товарам (кофе, сыры, бытовая техника) [6].

- Волатильность курса

Девальвация 2021–2022 гг. сделала импорт дороже – белорусы стали чаще покупать местные аналоги. К примеру, после девальвации 2021 г. импорт автомобилей из ЕС упал на 30 %, но вырос ввоз поддержанных машин из России (+25 %) [2].

2. Глобализация и цифровизация

- Доступ к международным маркетплейсам (AliExpress, Wildberries)

Доля онлайн-покупок в рознице: 5 % (2020) → 15 % (2023). В результате роста импорта одежды из Китая (+20 % в 2023 г.), экспорт белорусского текстиля снизился на 7 % в год из-за конкуренции, однако увеличился реэкспорт китайской электроники в РФ (+35 % в 2023 г.) [1].

Влияние соцсетей на пищевые привычки

Благодаря увеличению спроса на популярные в различных социальных сетях (TikTok, Instagram) суперфуды (chia, киноа) импорт вырос на 50 % за 2021–2023 гг. Также увеличился импорт экзотических продуктов (авокадо, манго) на 20–25 % в 2021–2023 гг., данные). В целом популярность ЗОЖ увеличила ввоз органических продуктов на 18 % [6].

3. Политические ограничения (санкции)

- Замена брендов ЕС

Количество магазинов Zara/H&M снизилось, их место заняли турецкие LC Waikiki (+40 магазинов за 2022–2023 гг.). Импорт польских яблок сократился на 90 %, вырос ввоз сербских (+300 %).

- Переориентация экспорта

Поставки калийных удобрений в Бразилию выросли с 0 до 12 % рынка после закрытия ЕС, экспорт нефтепродуктов в Африку увеличился на 8 % [7]. Также санкции на «БелАЗ» сократили экспорт карьерной техники на 15 %, но Китай компенсировал 10 % объема.

4. Социокультурные тренды

- Урбанизация

В городах люди чаще сталкиваются с разнообразием товаров и услуг, что может привести к изменению их предпочтений. Городские жители могут быть более открытыми к новым брендам и продуктам, что способствует росту спроса на импортные товары. Также урбанизация часто сопровождается экономическим ростом и повышением уровня жизни. Это позволяет людям тратить больше на потребительские товары, что также способствует увеличению импорта.

- Экологизация

Спрос на электромобили в 2023 г. вырос на 50 %, но 95 % от их общего количества – поддержанные из ЕС. Импорт веганских продуктов вырос с \$ 2 млн (2020) до \$ 10 млн (2023). Также примером может стать рост экспорта льняных тканей (+7 %) в ЕС как «экотовара» [5].

Анализ текущих тенденций в потребительском поведении белорусов и внешнеэкономической деятельности страны демонстрирует, что экономические реалии, вызванные снижением доходов и изменениями в международной политике, существенно влияют на выбор товаров и рынков. В условиях ограниченных финансовых ресурсов потребители все более ориентируются на цену, что приводит к массовому переходу на более дешевые товары. Это подчеркивает, что в условиях экономической нестабильности цена становится важнее лояльности к брендам, что может негативно сказаться на местных производителях.

Цифровизация также играет ключевую роль в изменении потребительских привычек. Растущее число людей, заказывающих одежду через платформы вроде Wildberries, указывает на то, что локальный ритейл сталкивается с серьезной конкуренцией со стороны международных онлайн-магазинов. Эта тенденция может привести к дальнейшему сокращению доли локальных производителей на рынке и изменению структуры потребления.

Санкции, наложенные на Беларусь, открывают новые возможности для экспорта в страны Африки и Латинской Америки, компенсируя потери от традиционных рынков, таких как ЕС. Это создает предпосылки для диверсификации внешнеэкономических связей, хотя без активного развития новых рынков и продуктов этот процесс может быть ограничен.

Наконец, несмотря на влияние западных трендов, белорусы адаптируют их под свои финансовые возможности. Например, растущий интерес к здоровому образу жизни (ЗОЖ) проявляется в выборе более доступных местных альтернатив вместо дорогостоящих импортных продуктов. Это свидетельствует о том, что белорусский рынок способен к адаптации и трансформации под воздействием внешних факторов.

Ниже представлены рекомендации, которые следует учитывать компаниям и государствам для успешной адаптации к изменениям в потребительских предпочтениях:

1. Инвестировать в устойчивые технологии: Для сохранения конкурентоспособности бизнесу необходимо внедрять инновации и инвестировать в экологичные технологии для улучшения качества продукции. Государствам, в свою очередь, следует поддерживать устойчивую торговую политику, стимулировать развитие «зеленой» экономики.

2. Прогнозировать изменения в потребительских предпочтениях: Этот процесс включает в себя анализ текущих и будущих мировых и локальных трендов, а также понимание того, как они могут повлиять на поведение потребителей. Важно быть готовым к быстрой адаптации стратегий и предложений в ответ на изменения в потребительских предпочтениях.

3. Развивать электронную коммерцию: В условиях роста онлайн-торговли компании должны активизировать свои продажи в Интернете и адаптировать бизнес-процессы под цифровые реалии, а государствам следует содействовать цифровой трансформации рынков. Комплексный подход позволит эффективно использовать изменения в культуре потребления для устойчивого роста международной торговли.

Таким образом, культура потребления играет ключевую роль в формировании покупательского поведения и оказывает значительное влияние на структуру международной торговли. В условиях глобализации и цифровизации потребительские предпочтения стремительно меняются, что требует от бизнеса и государств гибкости и адаптивности. Тренды, такие как осознанное потребление, экологичность и рост онлайн-торговли, трансформируют традиционные модели импорта и экспорта, создавая новые возможности для компаний, способных оперативно реагировать на эти изменения.

Список литературы

1. Беларусь – Китай: как развиваться торговому бизнесу в условиях внешних ограничений Африки [Электронный ресурс]. – URL: <https://ibmedia.by/news/belarus-kitaj-kak-razvivatsya-torgovomu-biznesu-v-usloviyah-vneshnih-ogranichenij/> (дата обращения: 15.04.2025).

2. Изменился ли ввоз машин из Европы с начала года [Электронный ресурс]. – URL: https://av.by/news/kakuju_beushku_belorusy_pokupali_v_2021_godu_v_evrope (дата обращения: 15.04.2025).

3. Институциональный форум [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.weforum.org/stories/2021/01/consumers-local-globalization/> (дата обращения: 12.04.2025).

4. Как культура влияет на решения потребителей о покупке [Электронный ресурс]. – URL: <https://toppandigital.com/translation-blog/culture-influences-consumer-purchasing-decisions/> (дата обращения: 12.04.2025).

5. Министерство экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL: <https://economy.gov.by/ru> (дата обращения: 15.04.2025).

6. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.belstat.gov.by/> (дата обращения: 26.02.2025).

7. От калия до молочки: что Беларусь продает в страны Африки [Электронный ресурс]. – URL: <https://myfin.by/article/rynki/ot-kalia-do-molocki-cto-belarus-prodaet-v-strany-afriki> (дата обращения: 15.04.2025).

Электронное научное издание

**НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ В ОБЕСПЕЧЕНИИ
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА
В УСЛОВИЯХ ПЕРЕХОДА К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ**

Материалы XII Международной научно-практической конференции

(17–18 апреля 2025 г., Пермь, Россия)

В 2 томах

Том 2

Редакционная коллегия:

Пфлюг Вера Павловна

Аликина Екатерина Борисовна

Скорнякова Анна Юрьевна

Носков Алексей Александрович

Материалы опубликованы в авторской редакции

Технический редактор *О.В. Вязова*

Редакционно-издательский отдел

Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета

614990, г. Пермь, ул. Пушкина, 44, каб. 310

Тел. (342) 215-18-52 (доп. 394)

e-mail: rio.pspu@yandex.ru

Тираж 50 экз.

Подписано к использованию 27.06.2025

Минимальные системные требования:

ПК, процессор Intel(R) Celeron(R) и выше, частота 2.80 ГГц;
монитор Super VGA с разреш. 1280 × 1024, отображ. 256 и более цв.;
1024 Mb RAM; Windows XP и выше; Adobe Acrobat 8.0 и выше;
CD-дисковод; клавиатура, мышь