

language makes it easier to work with such tools and allows specialists to perform their tasks more efficiently. Does packaging is often used as a marketing tool. Specialists must be able to develop advertising materials in English for an international audience. This includes creating packaging that will be attractive to consumers in different countries, as well as writing texts for advertising campaigns.

English plays an important role in the packaging industry, providing access to information, the ability to communicate with international partners and promoting the professional growth of specialists. In the context of globalization, knowledge of English is becoming an integral part of a successful career in the packaging industry. Specialists are encouraged to actively develop their language skills in order to remain competitive in the labor market and effectively interact in an international environment.

### Литература

1. The Language Gallery. The Role of English in Global Business: Why It's Essential for Success. – [London], 2025 – URL: <https://www.thelanguagegallery.com/blog/the-role-of-english-in-global-business-why-it-s-essential-for-success> (дата обращения: 24.03.2025).

2. CAD IT UK. Standard Technical English – Blog. – [London], 2025 – URL: <https://cadituk.com/standard-technical-english-blog> (дата обращения: 24.03.2025).

3. Midwest Career College. The Role of English in Global Business: Why It Matters. – [London], 2025 – URL: <https://mccollege.edu/professional-english-esl/about-professional-english-esl/the-role-of-english-in-global-business-why-it-matters> (дата обращения: 24.03.2025).

### 跨文化交流与克服国际项目中的语言困难

Колядко Я.В.

Научный руководитель: преподаватель Дубовик П.В.  
Белорусский национальный технический университет

В современных условиях глобализации бизнеса установление эффективных связей с зарубежными компаниями имеет жизненно важное значение для компаний, желающих расширить свои международные рынки, найти возможности сотрудничества и повысить свою конкурентоспособность. Однако языковые барьеры часто становятся огромным препятствием в этом процессе.

Различные материалы зарубежных компаний, такие как официальные сайты, руководства по продуктам, корпоративные отчеты и т. д., в основном

публикуются на их родном языке. Это создает огромную проблему для внешнеторговых компаний, пытающихся понять эти компании на этапе сбора информации. Если китайская компания захочет сотрудничать с немецкой промышленной производственной компанией, она, возможно, не сможет точно понять ее основные технические параметры и уникальные производственные процессы, просматривая ее немецкий веб-сайт и описания продукции на немецком языке, что затруднит определение наличия потенциального сотрудничества между двумя сторонами.

При общении с зарубежными компаниями, будь то обмен письмами по электронной почте или устные телефонные конференции, языковые различия могут легко привести к недопониманию из-за грамматической структуры и словарного запаса. Если предприятия не могут точно понять контекстное значение при общении с иностранными компаниями, то это может привести к коммуникационным барьерам и повлиять на плавный ход деловых переговоров. В телефонном общении такие факторы, как акцент, скорость речи и языковые привычки, еще больше усложняют понимание, затрудняя обеим сторонам установление эффективных деловых контактов.

В межкультурной коммуникации точность передачи и понимание информации имеет решающее значение. Эффективно общаясь с клиентами, используя простые предложения на их родном языке, компании могут привлечь новых клиентов, повысить узнаваемость бренда и получить большое преимущество перед конкурентами. Опрос Zendesk показал, что 52% клиентов с большей вероятностью совершат покупку в компании, которая предоставляет поддержку на их родном языке, а 49% с большей вероятностью порекомендуют эту компанию другим [1]. Таким образом, компании, предлагающие языковую поддержку, могут улучшить качество обслуживания клиентов, сократить их отток и увеличить количество рекомендаций.

Для преодоления языковых барьеров компании могут нанять квалифицированных переводчиков и локализаторов, которые помогут им эффективно общаться с целевой аудиторией, говорящей на разных языках. Эти услуги могут помочь компаниям избежать недоразумений и ошибок, которые могут нанести ущерб их репутации и доверию. Например, Coca-Cola использует профессиональные услуги локализации для адаптации своих маркетинговых кампаний и названий продуктов к различным регионам, например, к Китаю. В Китае его называют «Ke Kou Ke Le», что означает «вкусный и счастливый» [2].

Также компании могут использовать различные онлайн-платформы, программное обеспечение, приложения и устройства, которые помогают компаниям переводить, интерпретировать, транскрибировать и субтитрировать контент и сообщения. Например, Skype Translator или же искусственный интеллект.

Инвестирование в языковую подготовку и образование своих сотрудников, партнеров и клиентов, может помочь компаниям создать культуру разнообразия, инклюзивности и обучения, а также повысить производительность, эффективность и удовлетворенность клиентов.

Реализуя эти стратегии, компании могут преодолеть языковые барьеры в своем бизнесе и получить конкурентное преимущество на мировом рынке. Они могут охватить и обслужить больше клиентов, создать и предоставить больше ценности, а также внедрять инновации и выделяться на фоне конкурентов. Языковые барьеры не являются непреодолимым препятствием, а скорее катализатором роста и успеха.

### **Литература**

Как преодолеть языковой барьер : [сайт]. – Москва, 2025. – URL: <https://medmps.com/blog/kak-preodolet-yazykovoj-barer/> (дата обращения: 19.03.2025).

Способы преодоления языковых барьеров в международном бизнесе : [сайт]. – Москва, 2025. – URL: <https://studmir.com/sposoby-preodoleniya-yazykovyh-barerov-v-mezhhdunarodnom-biznese/> (дата обращения: 19.03.2025).

## **INFLATION AND MEASURES OF ITS REGULATION IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

Коноплёва А.М., Коноплёва С.М.

Научный руководитель: ст. преподаватель Кажемская Л.Л.  
Белорусский национальный технический университет

Inflation is a macroeconomic phenomenon that reflects a sustained and generalized rise in prices, leading to a decline in purchasing power. Economists classify it into several types: demand-pull inflation, resulting from excess demand; cost-push inflation, driven by rising production costs; and built-in inflation, maintained by expectations and wage-price spirals. These types reflect different origins and require different regulatory approaches.

The inflationary trend in Belarus over the past few years has been significantly shaped by a combination of global shocks and domestic policy. According to the National Statistical Committee of Belarus, the inflation rate reached 12.8% in 2022 amid global supply chain disruptions, surging commodity prices, and the impact of Western sanctions. By late 2024, inflation had declined to 5.2%, reflecting a strong policy shift toward administrative regulation.