

Крижанівська В. Запозичення в українській термінології менеджменту. *Розвиток суспільства та науки в умовах цифрової трансформації: матеріали VIII Міжнародної студентської наукової конференції, м. Кривий Ріг, 2 травня, 2025 рік / ГО «Молодіжна наукова ліга». Вінниця: ТОВ «УКРЛОГОСГруп», 2025. С. 159-161*

<https://archive.liga.science/index.php/conference-proceedings/issue/view/inter-02.05.2025/130>

Анотація. Проаналізовано особливості лексичних запозичень в українській термінології менеджменту в умовах глобалізації та міжнародного професійного середовища. Розглянуто основні типи іншомовних елементів, зокрема англіцизмів, що активно проникають у мову бізнесу та управління. Автор наголошує на причинах популярності таких термінів, серед яких – відсутність точних українських відповідників, прагнення до уніфікації та вплив англійської мови як засобу міжнародної комунікації. Водночас акцентовано увагу на необхідності збереження мовної ідентичності, дотримання норм української мови та пошуку національних аналогів. Стаття висвітлює важливість зваженого підходу до використання англословної термінології з метою збереження балансу між інтернаціоналізацією та розвитком української наукової мови.

Ключові слова: запозичення, іншомовні слова, термінологія менеджменту.

Крижанівська Владислава,

здобувач вищої освіти навчально-наукового

інституту менеджменту і маркетингу

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Науковий керівник: Архипенко Людмила Михайлівна,

к. філол. н, доцент, доцент кафедри української філології та історії

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

ЗАПОЗИЧЕННЯ В УКРАЇНСЬКІЙ ТЕРМІНОЛОГІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ

У сучасних умовах глобалізації та активної міжнародної взаємодії лексичні запозичення стали органічною складовою багатьох сфер знань, зокрема управлінської. Лексика менеджменту активно трансформується під впливом західних управлінських моделей, бізнес-процесів та технологічних досягнень, що зумовлює широке використання іншомовних термінів, переважно англословного походження. Питання про те, якою має бути термінологія, національною чи інтернаціональною, залишається предметом фахових дискусій.

Єдина класифікація запозиченої лексики в сучасному мовознавстві наразі відсутня. У терміносистемі менеджменту виділяють різні типи іншомовних

елементів: інтернаціоналізми, варваризми, мовні вкраплення, екзотизми та кальки. Значну частку лексичного фонду в цій сфері становлять саме інтернаціоналізми.

Формування української управлінської термінології відбувалося й продовжує відбуватися на основі термінів, запозичених у результаті наукових пошуків дослідників, зокрема американських, у галузі менеджменту, тобто англіцизмів (американізмів). В умовах стрімкого збагачення української мови іншомовними елементами проблема їх адаптації стає дедалі актуальнішою. Такі терміни, як *брейништормінг*, *тайм-менеджмент*, *лідершип* та *аутсорсинг* міцно увійшли в активний словник фахівців у сфері управління, консалтингу та підприємництва.

На думку Л. Архипенко [1], англіцизми, як і будь-які інші запозичення, доречні лише в тих випадках, коли вони позначають поняття, які з певних причин ще не мають назв в українській мові або для яких відсутні повноцінні еквіваленти. Натомість, якщо в мові вже існують усталені питомі чи запозичені терміни, вживання англіцизмів може призводити до витіснення питомої термінології.

Іноді фахівці, не прагнучи докласти зусиль для пошуку відповідного українського аналога, віддають перевагу англіцизмам, аргументуючи це нібито відсутністю точного відповідника в українській мові. Наприклад, слово *секондмент* вживають замість описового звороту «*тимчасове переведення працівника до іншого відділу або організації*». Надмірне використання англіцизмів в українській мові значною мірою зумовлене психолого-ментальними особливостями сучасного українського суспільства, а також рівнем мовної свідомості [2]. Подібної думки дотримується П. Селігей: «Якщо раніше своєрідності української наукової мови найбільше вадили політичні перешкоди й заборони, то сьогодні на заваді стоїть якась упереджена, зашкарубла невіра мовної спільноти в її творчі можливості» [4].

Використання англіцизмів у термінології менеджменту обумовлене кількома основними чинниками. По-перше, глобалізація бізнесу та англійська як

мова міжнародного ділового спілкування зумовлюють появу нових понять саме в англomовному середовищі. По-друге, частина термінів не має точних українських відповідників або втрачає змістову глибину при перекладі (наприклад, *лідершип*, *аутсорсинг*, *інсайдер*). По-третє, уніфікована термінологія сприяє професійному взаєморозумінню між фахівцями різних країн. Нарешті, швидкий розвиток технологій і нових управлінських підходів призводить до активного засвоєння англomовних термінів [1].

Характерною рисою англо-американських запозичень є використання віддієслівних іменників із суфіксом *-інг*, таких як: *бенчмаркінг*, *контролінг*, *маркетинг*, *аутсорсинг*, *коучинг* тощо. Менш поширені в українській термінології менеджменту іншомовні вкраплення – елементи іншої мови, які зберігають оригінальне написання або подаються в транскрибованому вигляді без змін граматичної структури [3].

Іншомовні терміни у сфері менеджменту сприяють точнішому формулюванню думок і значно спрощують мовлення, оскільки один термін часто замінює ціле речення. Запозичення – природне явище мовного розвитку. Незважаючи на суперечки щодо збереження мовної ідентичності, в управлінській термінології вони допомагають адаптуватися до глобальних стандартів. Важливо зберігати рівновагу між використанням іншомовних слів і створенням українських відповідників, не втрачаючи при цьому точності та фахової зрозумілості.

Отже, вживання англiцизмів у менеджменті – закономірна частина розвитку української наукової мови. Це збагачує термінологію завдяки міжнародному впливу, прагненню до чіткості, уніфікації й лаконічності. З часом запозичення природно інтегруються в українську мову відповідно до її норм.

Список використаних джерел:

1. Архипенко Л. Англiцизми в українській мові: причини, наслідки, перспективи запозичування. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2021. Т. 32 (71). № 5. Ч. 1. С. 1–6. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/27225/1.pdf>

2. Архипенко Л. М. Англізми в національних мовах: сучасні тенденції запозичування. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Том 36 (75). № 1. Частина 1. С. 239–242. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/1_2025/part_1/41.pdf

3. Краснопольська Н. Запозичення в українській термінології менеджменту. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка». Серія: Проблеми української термінології*. 2010. № 675. С. 125–130. URL: <https://science.lpnu.ua/terminology/all-volumes-and-issues/visnik-no-675-2010/zapozichennya-v-ukrayinskiy-terminologiyi>

4. Селігей П. Питоме і чуже в термінології: гармонія чи конфлікт? *Вісник Національної академії наук України*. 2007. № 9. С. 20–28. URL: <https://www.inmo.org.ua/assets/files/2021/selihey.-pytome-i-chuzhe-v-terminolohiyi-2007.pdf>