ТЕРМІНОЗНАВСТВО

УДК 811.161.2:811.111'373.45

Л. М. Архипенко

ТЕНДЕНЦІЇ АНГЛОМОВНОГО ВПЛИВУ НА СУЧАСНИЙ УКРАЇНОМОВНИЙ ДИСКУРС БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

У пропонованій статті аналітично осмислено тенденції впливу англізмів на сучасний україномовний дискурс бізнес-адміністрування. Актуальність теми зумовлена інтервенцією іншомовних елементів у корпоративну комунікацію в умовах глобалізації. Дослідження спрямоване на виявлення специфіки функціонування й мовної адаптації запозичень у сфері менеджменту. Емпіричний матеріал охоплює лексику, що обслуговує організацію бізнес-процесів, HR-адміністрування й лідерство. Доведено, що запозичення формують нові словотвірні парадигми. Обґрунтовано системний характер англомовного впливу, який простежується на лексичному й граматичному рівнях. Зауважено, що масове запозичення лексем збагачує корпоративне мовлення, проте створює ризики витіснення питомих мовних одиниць, що актуалізує питання лінгвоекології в бізнес-середовищі.

Ключові слова: *дискурс бізнес-адміністрування, англізми, іншомовна лексика, калькування, мова-реципієнт, корпоративне спілкування.*

Arkhypenko, L. Trends of English Influence on Modern Ukrainian Discourse of Business Administration. *The relevance of the study is driven by the intensive intervention of loan elements into corporate communication against the backdrop of globalization, which is accompanied by an active reshaping of traditional management practices. The research is aimed at comprehensive identifying the specific features of functioning and patterns of linguistic adaptation of Anglicisms within the discourse of business administration, which currently develops under market laws. The empirical material encompasses lexical units that directly serve the areas of business process organization, intra-team interaction, HR administration, and leadership. The implementation of research objectives is ensured by employing a wide range of methods: descriptive, thematic-classificatory, word-formative, comparative, and contextual-discursive analyses. Based on the investigation of the material, it is proved that borrowings do not merely supplement the terminology system of management, but rather turn into centers for the expansion of derivational paradigms, forming dynamic word-formative nests and derivative lexemes. It is substantiated that the English influence within the discourse of business administration is systemic, being recorded at the lexical, derivational, and grammatical levels, where the borrowed units*

CC BY NC

https://doi.org/10.34142/23127546.2026.65.09

act as a powerful nominative resource, adapting to the laws of the recipient language. The specific nature of calquing as a mechanism for the integration of foreign concepts has been explored. It is established that the massive borrowing of terminological units causes both the enrichment of the professional lexicon and the risks of displacing native linguistic units, which brings the issue of language hygiene in the business environment to the fore. Furthermore, prospects for subsequent scholarly inquiries in this direction have been outlined.

Keywords: *discourse of business administration, Anglicisms, foreign vocabulary, calquing, recipient language, corporate communication.*

Вступ

Мова бізнесу розвивається за законами ринку, де лідери диктують не лише правила гри, а й загальний концептуальний апарат. Унаслідок глобалізаційних процесів ця закономірність охопила й україномовний дискурс бізнес-адміністрування. Активне розширення наукових, культурних, ділових контактів, експансія інформаційних технологій сприяють масовому проникненню до професійної комунікації англізмів, оскільки саме англійська серед інших мов міжнародного спілкування (як-от китайська, французька, іспанська тощо) упевнено посідає перше місце. І це природно: мови країн, що не належать до ключових гравців на світовій арені технологічного розвитку, цілком логічно запозичують готові терміни для позначення нових реалій, збагачуючи при цьому власний науковий і діловий лексикон. Англізми стали «<…> невід'ємним складником лексики будь-якої мови. Вони проникають до різних сфер мовного вжитку й мають певні переваги. Зокрема лаконічно позначають нові спеціальні поняття, забезпечують однакове сприйняття їх, звільняють носіїв мови від "мук" словотворення та номінування. Узвичаєні, фонетично, графічно й граматично освоєні запозичення стали нормативними одиницями української літературної мови, збагатили її виражальні можливості» (Баган, с. 40), проте таке масове змішування мовних кодів вимагає серйозного дослідження, формування в суспільстві культури помірного використання запозичень, щоб протидіяти лінгвістично невмотивованому захопленню іншомовними елементами.

Дослідження інтеграції англомовних елементів в український лінгвопростір має вагомий доробок і зосереджене на з'ясуванні об'єктивних передумов процесу, класифікації нових лексем (Мисиченко, 2000; Григоренко, 2014) та описі механізмів їх мовного

освоєння (Архипенко, 2017; 2025). Наукова дискусія щодо наслідків такої англізації розділилася на критичний погляд, що вбачає загрозу для самобутності мови (Кислюк, 2010; Селегій, 2007; Ажнюк, 2006; Баган, 2020), та ліберальний, який розглядає запозичення як прояв природної еволюційної доцільності (Мисечко, 2000). Термінологічний статус такого мовлення кваліфікується в діапазоні від соціокультурних вкраплень (Григоренко, 2014; Навальна, 2012) і перемикання кодів (Ажнюк, 2001; Брага, 2017; Баган, 2020; Green & Wei, 2014) до ризику формування гібридного англо-українського суржику (Чередниченко, 2007; Баган, 2020).

Мета дослідження полягає у виявленні ключових особливостей функціонування й специфіки мовної адаптації англомовних запозичень у сучасному україномовному дискурсі бізнес-адміністрування.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких дослідницьких завдань: здійснення тематичної систематизації масиву англомовних запозичень за ключовими групами; з'ясування характерних рис їхньої лексико-граматичної та деривaційної адаптації в системі мови-реципієнта; характеризування поширених англомовних структурно-словотвірних моделей; виявлення й класифікація проявів словотвірного, семантичного, фразеологічного калькування.

Методи дослідження

Досягнення дослідницької мети зумовило потребу в залученні комплексу загальнонаукових і спеціальних лінгвістичних методів: описовий метод застосовано для виявлення, систематизації та характеризування англомовних запозичень в україномовному дискурсі бізнес адміністрування; тематична класифікація уможливила розподіл досліджуваних одиниць за ключовими сферами професійної комунікації; методом кількісного аналізу встановлено репрезентативність окремих тематичних груп лексики; словотвірний аналіз унаочнив специфіку деривaційної адаптації англіцизмів; структурно-семантичний метод залучено для вивчення семантичної структури запозичень; зіставний метод сприяв виявленню структурних відповідностей між англійськими моделями та їхніми українськими відповідниками; специфіку побутування англіцизмів, калькованих моделей і фразеологізмів визначено шляхом контекстуально-дискурсивного аналізу.

Виклад основного матеріалу

Спілкування в бізнес-адмініструванні ніколи не існує ізольовано – воно постійно супроводжує всі робочі процеси. Саме тому інституційна взаємодія впливає на вибір слів і висловлювань у процесі комунікації. Через це управлінська лексика формує окрему самобутню систему, у межах якої особливе місце посідають англізми, що функціонують у сучасному україномовному дискурсі бізнес-адміністрування і, попри своє іншомовне походження, стали органічною частиною професійного мовлення.

Оскільки бізнес-адміністрування – це системне управління, ефективна комунікація та узгоджена організація всіх бізнес-процесів підприємства для досягнення його стратегічних цілей, спрямоване на оптимізацію внутрішнього й зовнішнього спілкування, ефективне використання ресурсів, задоволення потреб клієнтів, розвиток персоналу, формування позитивного іміджу компанії (Войнаренко & Костюк, с. 50), у контексті цієї роботи дискурс бізнес-адміністрування відносимо до інституційних і потрактовуємо як динамічне мовне середовище управлінської діяльності, у якому комунікативна взаємодія суб'єктів менеджменту реалізується у формі професійних текстів і усних висловлювань (нарад, переговорів, поточних обговорень). Цей дискурс розглядаємо в нерозривному зв'язку з конкретними управлінськими ситуаціями, де вибір мовних засобів зумовлюють прагматичні й стратегічні наміри адміністратора. Головна мета такої комунікації – адаптація нових бізнес-реалій, оптимізація робочих процесів і збереження вирішального впливу на об'єкти ділових відносин.

Спираючись на сучасні дослідження, які вивчають особливості ділової та управлінської комунікації, запозичену в цю царину лексику поділяємо на кілька груп:

дискурс бізнес-комунікації та ринкова взаємодія – окремий напрям, оскільки в комерційній і маркетинговій галузях з'являється найбільше інновацій. Базовими елементами виступають *стартап* (англ. start-up), *бренд* (англ. brand), *тендер* (англ. tender), *аутсорсинг* (англ. outsourcing) і альтернативний *аутстафінг* (англ. outstaffing). Фінансові й продуктові потоки маркують як *кешбек* (англ. cash-back), *кости* (англ. costs), *мерч* (англ. merchandise), *продакшн* (англ. production). Сюди ж належать і запозичені лексеми на позначення взаємодії з партнерами: *дистриб'ютор* (англ. distributor), *дилер* (англ.

dealer), *спонсор* (англ. sponsor). Комунікація автоматизується через *чат-ботів* (англ. chatbot), просування продукту стає *таргетованим* (англ. targeted) та інші;

організаційні тренди й операційні процеси компанії – ця група охоплює інструменти планування, внутрішнього контролю й організації простору. Сюди уналежнюємо такі запозичення, як *адженда* (англ. agenda), *брейнстормінг* (англ. brainstorming), *коучинг* (англ. coaching), *KPI/кіпіай* (англ. Key Performance Indicators), *моніторинг* (англ. monitoring), *канбан* (англ. kanban). Процеси супроводжують поняттями *лізинг* (англ. leasing), *консалтинг* (англ. consulting), *комплаєнс* (англ. compliance), *рекрутинг* (англ. recruiting), *лін-менеджмент* (англ. lean management), а робочий простір описують як *опенспейси* (англ. open space). Організаційну культуру доповнюють *бенефіти* (англ. benefit), *бонуси* (англ. bonus), *апскілінг* (англ. upskilling), *мітінги* (англ. meeting) і корпоративний *бізнес-лук* (англ. business look) та інші;

повсякденна взаємодія всередині команди й виконання завдань – група слів, які використовують у своїй повсякденній роботі працівники виконавчої ланки: *дедлайн* (англ. deadline), *чек-лист* (англ. check-list), *кейс* (англ. case), *фідбек* (англ. feedback) і конкретний *таск* (англ. task), *внутрішній контент* (англ. content), *візуалізація* (англ. visualization) даних. У цьому ж середовищі функціонують поняття *айтішник* (англ. IT specialist), *контакт-центр* (англ. contact center), *мобінг* (англ. mobbing), *офер* (англ. job offer) та інші;

лексика, що описує лідерство й роботу топменеджменту – цю групу наповнюють англізми на позначення ролей керівників, їхніх якостей і стилів управління: *візіонер* (англ. visionary), *авторитет/ауториті* (англ. authority), *інфлюєнсер* (англ. influencer), *комунікатор* (англ. communicator), *аутстендінг* (англ. outstanding (у значенні видатного лідера)). Сюди ж інтегрувалися терміни *CEO* (англ. CEO (Chief Executive Officer)), *мікроменеджмент* (англ. micromanagement) і *фасілітатор* (англ. facilitator) та інші.

Найбільш репрезентативною в досліджуваному матеріалі за нашими спостереженнями виявилася група запозиченої лексики, яка охоплює організацію та функціонування компанії, що представляє такі тематичні блоки, як *'менеджмент'* та *'управління персоналом'*. Таке термінологічне розмаїття закономірне, оскільки життєдіяльність будь-якої організації – це постійна взаємодія між різними ланками

й учасниками комунікації. Наступна за кількістю виявлених одиниць – група, яка відображає безпосередню діяльність працівників. Ця тенденція пов'язана з тим, що вони безперервно спілкуються між собою та керівниками різних рівнів у процесі виконання щоденних завдань, які стають головним предметом обговорення в межах дискурсу бізнес-адміністрування.

Ключовим інструментом номінації нових явищ у сучасному дискурсі бізнес-адміністрування також виступає деривація на основі вже запозичених англізмів, оскільки «<…> соціодинаміка впливає на лінгводинаміку, на розвиток лексики мов, активність і продуктивність словотвірних способів» (Клименко, с. 1). Набуваючи функціональної активності в мові-реципієнті, іншомовне слово швидко "обростає" новими граматичними формами й розширює свої словотвірні парадигми. Як приклад розглянемо лексему *бренд*, яка, потрапивши в українське мовне середовище, не просто закріпилася в початковому вигляді, а й породила цілу низку нових дериватів і контекстуальних словосполучень. У професійній комунікації регулярно використовують такі вирази, як *брендова стратегія компанії, провідне брендингове агентство*. Запозичення утворило повноцінні дієслова й віддієслівні іменники – *брендувати корпоративний транспорт*, *план брендування нової лінійки товарів*; дієприкметники для маркування фірмової продукції – *виготовлення брендованого мерчу*. На основі цієї лексеми сформовано складні терміни на позначення професій, стандартів і маркетингових інструментів: *успішний бренд-менеджер, затвердити оновлений брендбук організації, залучення відомого бренд-амбасадора* чи *запустити мультибрендову платформу*. Префіксальна адаптація англійського форманта *re-* в дискурсі закріпила поняття *провести масштабний ребрендинг*; у неформальному чи маркетинговому спілкуванні з'явилися навіть емоційно забарвлені форми – *новостворений брендик,* сформований шляхом приєднання до іншомовного кореня зменшувально-пестливого суфікса *-ик-*. Цю розмовну форму виявляємо й за межами суто маркетингового сленгу з переосмисленим змістом, зокрема в текстах авторитетних ЗМІ. Суфікс *-ик-* у медіадискурсі вже змінює свою роль і замість пестливості виражає іронію, вказуючи на штучність або несерйозність явища. Наприклад, в аналітичних матеріалах видання «Дзеркало тижня» помічаємо використання цієї словоформи для маркування сумнівних

локальних проєктів у видавничій сфері: *Коло замкнулося, клановий «**брендик**» виник, посвітив личком із обкладинки глянцевого таблоїду і хоче попасти до підручників* («Дзеркало тижня», 10 липня 2009 р., URL 3). В іншому контексті – у політичних інтерв'ю на «24 Каналі» – лексему використано з метою висміювання й знецінення пропагандистських штампів: *Як я розумію, вони (росіяни) навіть у своїй країні, у якихось телеграм-каналах запустили такий **брендик**, мені він дуже подобається, – заготовка м'яса. ... Але між тим вони самі говорять, що беруть офісних планктонів без навчання, без тренінгу – відправляють у зону бойових дій …* (Михайло Подоляк у великому інтерв'ю для «24 Каналу», 7 жовтня 2022 р., URL 2). Цей приклад демонструє шлях адаптації іншомовного слова в мові-реципієнті – еволюція від нейтрального бізнес-терміна до емоційно маркованого слова, використовуваного в ЗМІ для описів суспільних явищ.

Динаміку поширення й розвитку англіцизмів, які вже активно функціонують у дискурсі бізнес-адміністрування проілюструємо словотвірними гніздами та парадигми: *аутсорсинг* (англ. outsourcing) – утворив коротшу розмовну форму *аутсорс* і низку прикметникових сполук, (*аутсорсингові послуги*, *аутсорсингова компанія* тощо*)*; *дистриб'ютор* (англ. distributor) – лексема стала основою для широкого словотвірного гнізда іменників *дистриб'юція* та *дистриб'юторство* і дієслова *дистриб'ютувати* (активно використовується в логістиці й продажах); *консалтинг* (англ. consulting) – базовий термін, який легко комбінується в професійні словосполучення (*консалтингова фірма, консалтингові послуги*), конкуруючи з українським дієсловом-синонімом *консультувати*; *коуч* (англ. coach) – іншомовне слово позначило не лише поняття *коучинг,* а й утворило прикметник (*коучингові запитання)* і дієслово *коучити*; *моніторинг* (англ. monitoring) – запозичення, що міцно закріпилося в менеджменті, утворивши дієслова (*моніторити робочі процеси*) й прикметники (*моніторингова компанія*); *рекрутинг* (англ. recruiting) – термін з тематичного блоку *'управління персоналом'*, який породив цілу професійну мікросистему: фахівець – *рекрутер*, процес – *рекрутування*, організація – *рекрутингове агентство*.

У сучасному дискурсі бізнес-адміністрування продуктивним шляхом адаптації англіцизмів постає перенесення структурно-словотвірної моделі *'іменник + іменник' (Noun + Noun)*. В оригіналі

перше слово виконує функцію означення другого, головного компонента, і за цим зразком в українському корпоративному мовленні формуються групи аналітичних конструкцій і калькованих складних слів: контентне й електронне середовище (*контент-маркетинг, контент-план, контент-мейкер*, *email-маркетинг*); елементи управління процесами і часом (класичні композити *тайм-менеджмент*, *лін-менеджмент*, *проджект-менеджер, продакт-менеджер, офіс-менеджер*, *сіті-менеджер*); комплаєнс-контроль (*комплаєнс-менеджер, комплаєнс-контроль, комплаєнс-відділ, комплаєнс-асистент*, *комплаєнс-ризики*); диджитал-комунікації та дистанційний формат (*онлайн-бізнес, онлайн-конференція, онлайн-формат, онлайн-зустріч, онлайн-нарада, онлайн-співбесіда*, *онлайн-курси*); управління людськими ресурсами (HR) (*HR-менеджер (або ейчар-менеджер), HR-політика компанії, профільні ейчар-спеціалісти, внутрішня ейчар-академія, ейчар-функція*, *ейчар-генераліст*); практичні методики й кейс-технології (*кейс-метод, бізнес-кейс, кейс-стади (case study), кейс-проєкт, практичне кейс-інтерв'ю, кейс-технологія*); виробничий і медійний сектор (продакшн) (*продакшн-студія, продакшн-компанія, продакшн-бренд*).

Калькування належить до поширених способів запозичення й за ступенем інтенсивності охоплює різні мовні рівні. Ураховуючи специфіку запозичених елементів, у структурі дискурсу бізнес-адміністрування, окрім словотвірних, виявляємо й синтаксичні кальки – перенесення особливостей побудови словосполучень і речень із мови-джерела до мови-реципієнта. Такі запозичені структури в корпоративному спілкуванні переважно передаються дієприслівниковими зворотами, які масово використовуються в слоганах компаній. Упровадження таких моделей дозволяє формувати динамічний імідж бренду: *розширюючи кордони* (від англ. *Expanding horizons / Pushing the boundaries*), *піднімаючи планку* (від англ. *Raising the bar*), а також філософські орієнтири бізнесу на зразок *присвячуючи час* (від англ. *Giving time*) чи *виходячи за межі* (від англ. *Going beyond / Thinking outside the box*). Попри те, що самі слова перекладені українською, тут повністю скопійовано чужу синтаксичну модель. В англійській мові використання дієслівних форм на *-ing-* (як-от *Expanding, Raising, Pushing*) на початку фрази – це стандартний інструмент створення слоганів, тоді як для української мовної традиції в подібних комунікативних ситуаціях початок фрази з дієприслівника виглядає дещо штучним порівняно

з усталеними іменниковими чи дієслівними формами. У кейсі української бренд-студії «Brandmark» (URL 1) наводимо приклади подібних кальок. Розробляючи фірмовий стиль для будівельної компанії, креативні копірайтери створили двомовне гасло: «*Створюючи майбутнє! / Creating the future!*», де український варіант повністю скопійовано з англійського оригіналу. Замість звичної для нашої мови іменникової чи дієслівної конструкції звороту («*Створення майбутнього*» або «*Створюємо майбутнє*»), автори на першому місці використали дієприслівник. Масове запозичення англомовних найменувань призвичаює таку модель і зумовлює появу синтаксичного калькування в україномовному дискурсі бізнес-адміністрування.

Пряме копіювання англомовних штампів у повсякденне управлінське мовлення стало справжнім трендом у сучасному менеджменті. Так, наприклад, вираз *'я вас почув'* (дослівна калька з американського *'I heard you'*), керівники часто адресують підлеглим. Проте практичний досвід корпоративного спілкування доводить, що іноді ця фраза сприймається як увічлива, але холодна спроба закрити тему, викликаючи в підлеглих працівників психологічний дискомфорт. В україномовному дискурсі бізнес-адміністрування так само закріпилися й конструкції, побудовані навколо дієслів *to make* та *to do,* – дедалі частіше звучать вирази *'робити бізнес'* (*do business*) чи *'робити гроші'* (*make money*).

Подібні процеси спостерігаємо й на рівні корпоративних ідіом і мовних штампів. Наприклад, звична для управлінців обіцянка *'я повернуся до вас із відповіддю'* – це калька англійського вислову *'I will get back to you'*. Цікава, на наш погляд, трансформація популярного концепту *'to be on the same page'*: у живому українському мовленні дослівний переклад *'бути на одній сторінці'* не прижився – і мовці винахідливо замінили його близьким за структурою, але вже звичним виразом *'бути на одній хвилі'*. Проте через такий лінгвістичний маневр звичний нам фразеологізм набуває іншого значення: якщо раніше він описував емоційну чи світоглядну близькість людей, то в сучасному бізнес-адмініструванні 'одну хвилю' уже використовують у прагматичному контексті – як підтвердження того, що команда однаково зрозуміла робочі завдання чи інструкції.

Зарубіжна лінгвістична традиція на позначення процесу свідомого й послідовного чергування засобів кількох мов застосовує

термін *перемикання кодів*. Оскільки багатомовна практика нині буденна навіть у європейських країнах, які раніше позиціонували себе як одномовні (Auer & Eastman, 2010), перемикання кодів уважають цілком природним явищем: людина свідомо підлаштовує своє мовлення задля досягнення конкретних прагматичних цілей. Аналізуючи цей феномен в україномовному просторі, М. Баган застерігає, що «<…> невмотивованість, хаотичність англійських слів і зворотів в українськомовному спілкуванні дає підстави характеризувати його не як перемикання кодів, а як змішування їх, що типово для суржику <…>« (Баган, с. 46-47), а «<…> безпідставне використання англізмів призводить до збіднення лексикону української мови, порушення її графічних і граматичних норм. В умовах глобалізації для збереження самобутності рідної мови, підвищення її статусу й комунікативної потужності важливо уникати неконтрольованого поширення в ній запозичень» (там само, с. 49).

Висновки

Отже, у сучасному україномовному дискурсі бізнес-адміністрування вдало інтегрується й активно використовується на всіх рівнях корпоративної комунікації. Характер такого іншомовного впливу на дискурс бізнес-адміністрування є комплексним і простежуваним на лексичному, семантичному й граматичному рівнях. Запозичені елементи функціонують не ізольовано, а як динамічні складники професійного мовлення. Окреслюючи перспективи подальших досліджень в межах дискурсу бізнес-адміністрування, варто зауважити, що і процес, і результат запозичування англійських лексем чи висловів у сучасний україномовний простір вимагає глибокого й кваліфікованого аналізу з боку експертів й розгортає напрями, пов'язані з поглибленим вивченням соціолінгвального аспекту функціонування запозичень, психологічного сприйняття іншомовних термінів персоналом, а також моделюванням стратегій їх кодифікації у спеціалізованих словниках.

Декларація. Під час підготовки цієї роботи автор використав інструмент ChatGPT від OpenAI для перекладу анотації англійською мовою та стилістичного редагування тексту. Після використання інструменту автор переглянув і відредагував текст і бере повну відповідальність за зміст опублікованої статті.

ЛІТЕРАТУРА

1. **Ажнюк**, Б. (2001). Мовні зміни на тлі деколонізації та глобалізації. *Мовознавство, 3,* 48–54. 2. **Ажнюк**, Б. (2006). Орфографічні та орфоепічні англізми в українській мові. *Мова. Людина. Світ. До 70-річчя професора М. П. Кочергана*, Київ, 332–341. 3. **Архипенко**, Л. (2017). Особливості адаптації запозичень із німецької мови в системі української економічної термінології. *Одеський лінгвістичний вісник*, Спецвипуск, 26–29. 4. **Архипенко**, Л. (2025). Англізми в національних мовах: сучасні тенденції запозичування. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика, т. 36 (75), 1 (1),* 239–243. doi.org. 5. **Баган**, М. (2020). Англізація сучасного українськомовного комунікативного простору: причини, основні вияви та наслідки. *Українська мова, 1,* 65–77. 6. **Брага**, І. (2017). Перемикання кодів: основні напрями соціолінгвістичних досліджень. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації», т. 25 (64), 1 (1),* 238–242. 7. **Войнаренко**, М. & **Костюк**, О. (2013). Сутність та принципи бізнес-адміністрування на підприємствах за умов мінливого конкурентного середовища. *Економіка: реалії часу, 4 (9),* 49–51. 8. **Григоренко**, М. (2014). Особливості процесу запозичання в сучасній українській мові. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна, 61,* 255–261. 9. **Кислюк**, Л. (2010). Гібридні новотвори як спосіб засвоєння запозичуваної термінології. *Українське мовознавство, 40,* 32–37. 10. **Клименко,** Н. (2017). Словотворення в українському науковому стилі початку XXI ст. *Вісник Львівського університету. Серія філологічна, 64,* 1–13. 11. **Мисечко**, О. (2000). Історико-логічний аспект проникнення англійських запозичень у сучасну українську мову. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка, 5,* 58–62. 12. **Навальна**, М. (2012). Варваризми в мові сучасної української періодики. *Психолінгвістика, 9,* 217–225. 13. **Селігей**, П. (2007). Питоме і чуже в термінології: гармонія чи конфлікт? *Вісник Національної академії наук України, 9,* 20–28. 14. **Чередниченко**, О. (2007). Про мову і переклад. Київ: Либідь. 15. **Auer**, P& **Eastman**, C. M. (2010). Code-switching. *Handbook of Pragmatics, 14,* 1–34. 17. **Green**, D. W. & **Wei**, L. (2014). A control process model of code-switching. *Language, Cognition and Neuroscience, 29 (4),* 499–511. 17. **URL 1**: Розробка назви для будівельної компанії Україна, Одеса. Узято з https://brandmark.ua/index_uk.php?p=472. 18. 18. **URL 2**: Відверта атака Запоріжжя та хто буде воювати за владу в Росії: інтерв'ю з Михайлом Подоляком. Узято з https://24tv.ua/vidverta-ataka-zaporizhzhya-naslidki-mobilizatsiyi-rosiyi-intervyu_n2172775https://surl.li/ebgnjs. 19. **URL 3**: Володимир Єшкілєв: дотягнутися до простоти. Узято з https://surl.li/fonccm.

REFERENCES

1. **Azhniuk**, B. (2001). Movni zminy na tli dekolonizatsii ta hlobalizatsii [Language changes against the background of decolonization and globalization]. *Movoznavstvo – Linguistics, 3,* 48–54 [in Ukrainian]. 2. **Azhniuk**, B. (2006). Orfohrafichni ta orfoepichni anhlizmy v ukrainskii movi [Orthographic and orthoepic anglicisms in the Ukrainian language]. *Mova. Liudyna. Svit. Do 70-richchia profesora M. P. Kocherhana – Language. Human. World. On the Occasion of Professor M. P. Kochephan's 70th Birthday*, Kyiv, 332–341 [in Ukrainian]. 3. **Arkhypenko**, L. (2017). Osoblyvosti adaptatsii zapozychen iz nimetskoi movy v systemi ukrainskoi ekonomichnoi terminolohii [Peculiarities of adaptation of borrowings from the German language in the system of Ukrainian economic terminology].

Odeskyi linhvistychnyi visnyk. Spetsvypusk – Odesa Linguistic Bulletin, Special Issue, 26–29 [in Ukrainian]. 4. **Arkhypenko**, L. (2025). Anhlizmy v natsionalnykh movakh: suchasni tendentsii zapozychuvannia [Anglicisms in national languages: modern borrowing trends]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriia: Filolohiia. Zhurnalistyka – Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: Philology. Journalism, t. 36 (75), 1/1,* 239–243. doi.org [in Ukrainian]. 5. **Bahan**, M. (2020). Anhlizatsiia suchasnoho ukrainskomovnoho komunikatyvnoho prostoru: prychyny, osnovni vyiavy ta naslidky [Anglicization of the modern Ukrainian-language communicative space: reasons, main manifestations and consequences]. *Ukrainska mova – Ukrainian Language, 1,* 65–77 [in Ukrainian]. 6. **Braha**, I. (2017). Peremykannia kodiv: osnowni napriamy sotsiolinhvistychnykh doslidzhen [Code-switching: main directions of sociolinguistic research]. *Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu im. V. I. Vernadskoho. Seriia «Filolohiia. Sotsialni komunikatsii» – Scientific notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: Philology. Social communications, t. 25 (64), 1/1,* 238–242 [in Ukrainian]. 7. **Voinarenko**, M. & **Kostiuk**, O. (2013). Sutnist ta pryntsypy biznes-administruvannia na pidpryiemstvakh za umov mynlyvoho konkurentnoho seredovyshcha [The essence and principles of business administration at enterprises under conditions of changing competitive environment]. *Ekonomika: realii chasu – Economics: Time Realities, 4 (9),* 49–51 [in Ukrainian]. 8. **Hryhorenko**, M. (2014). Osoblyvosti protsesu zapozychannia v suchasnii ukrainskii movi [Peculiarities of the process of borrowing in the modern Ukrainian language]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia filolohichna – Herald of Lviv University. Philological series, 61,* 255–261 [in Ukrainian]. 9. **Kysliuk**, L. (2010). Hibrydni novotvory yak sposib zasvoennia zapozychuvanoi terminolohii [Hybrid innovations as a way of assimilating borrowed terminology]. *Ukrainske movoznavstvo – Ukrainian Linguistics, 40,* 32–37 [in Ukrainian]. 10. **Klymenko**, N. (2017). Slovotvorennia v ukrainskomu naukovomu styli pochatku XXI st. [Word formation in the Ukrainian scientific style of the beginning of the XXI century]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia filolohichna – Herald of Lviv University. Philological series, 64,* 1–13 [in Ukrainian]. 11. **Mysechko**, O. (2000). Istoryko-lohipchnyi aspekt pronyknennia anhliiskykh zapozychen u suchasnu ukrainsku movu [Historical and logical aspect of the penetration of English borrowings into the modern Ukrainian language]. *Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka – Zhytomyr Ivan Franko State University Journal, 5,* 58–62 [in Ukrainian]. 12. **Navalna**, M. (2012). Varvaryzmy v movi suchasnoi ukrainskoi periodyky [Barbarisms in the language of modern Ukrainian periodicals]. *Psyholinhvistyka – Psycholinguistics, 9,* 217–225 [in Ukrainian]. 13. **Selihei**, P. (2007). Pytome i chuze v terminolohii: harmoniia chy konflikt? [Native and foreign in terminology: harmony or conflict?]. *Visnyk Natsionalnoi akademii nauk Ukrainy – Visnyk of the National Academy of Sciences of Ukraine, 9,* 20–28 [in Ukrainian]. 14. **Cherednychenko**, O. (2007). Pro movu i pereklad [About language and translation]. Kyiv: Lybid [in Ukrainian]. 15. **Auer**, P & **Eastman**, C. M. (2010). Code-switching. Handbook of Pragmatics, *14,* 1–34 [in English]. 16. Green, D.W. & Wei, L. (2014). A control process model of code-switching. *Language, Cognition and Neuroscience, 29 (4),* 499–511 [in English]. 17. **URL 1**: Rozrobka nazvy dlia budivelnoi kompanii Ukraina, Odesa. Retrieved from https://brandmark.ua/index_uk.php?p=472 [in Ukrainian]. 18. **URL 2**: Vidverta ataka Zaporizhzhia ta khto bude voiuvaty za vladu v Rosii: interviu z Mykhailom Podoliakom. Retrieved from https://24tv.ua/vidverta-ataka-zaporizhzhya-naslidki-mobilizatsiyi-rosiyi-intervyu_n2172775https://surl.li/ebgnjs. 19. **URL 3**: Volodymyr Yeshkiliev: dotiahnutysia do prostoty. Retrieved from https://surl.li/fonccm.

Архипенко Людмила Михайлівна – кандидат філологічних наук, доцент, доцент кафедри української філології та історії, Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця; просп. Науки, 9А, м. Харків, 61166, Україна.

E-mail: liudmyla.arkhypenko@hneu.net

https://orcid.org/0000-0002-9846-9493

Arkhypenko, Liudmyla – Candidate of Philological Sciences (PhD), Docent, Associate Professor at the Department of Ukrainian Philology and History, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics; 9A Nauka Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine.

Дата першого надходження статті до видання – 12 вересня 2026 р.

Дата прийняття статті до друку після рецензування – 10 жовтня 2026 р.

Дата публікації статті у виданні – 20 листопада 2026 р.

CITATION

ДСТУ 8302:2015: Архипенко Л. М. Тенденції англомовного впливу на сучасний україномовний дискурс бізнес-адміністрування. Лінгвістичні дослідження: зб. наук. пр. Харків. нац. пед. ун-ту імені Г. С. Сковороди / гол. ред. Н. В. Піддубна. Харків, 2026. Вип. 65. С. 101–113. DOI: https://doi.org/10.34142/23127546.2026.65.09

APA: Архипенко, Л. М. (2026) Тенденції англомовного впливу на сучасний україномовний дискурс бізнес-адміністрування. *Лінгвістичні дослідження, 65,* 101–113, DOI: https://doi.org/10.34142/23127546.2026.65.09