

**DOI 10.36074/logos-13.03.2026.033**

## МОВНІ ІННОВАЦІЇ БІЗНЕСУ: ФРАНКОМОВНІ ЗАПОЗИЧЕННЯ ФОРМУЮТЬ АНГЛІЙСКУ ТЕРМІНОЛОГІЮ ЕКОНОМІКИ

**Щербюк Анна Сергіївна<sup>1</sup>****Науковий керівник: Радавська Оксана Мстиславівна<sup>2</sup>**

**1.** здобувач вищої освіти факультету економіки та управління  
*Волинський національний університет імені Лесі Українки, УКРАЇНА*

**2.** кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри іноземних мов природничо-математичних спеціальностей  
*Волинський національний університет імені Лесі Українки, УКРАЇНА*

**ORCID ID: 0000-0002-9656-5246**

**Вступ.** В умовах глобалізації світового ринку англійська мова бізнесу виступає основним інструментом комунікації. Проте її термінологічне ядро значною мірою сформоване під впливом французької мови. Як зазначає Девід Крістал: «Понад 30% англійського словника має французьке походження, проте в економічній сфері цей відсоток є критично важливим для визначення статусних та управлінських процесів» [1].

**Основна частина.** Більшість базових термінів, що стосуються власності та державних фінансів, потрапили до англійської мови після 1066 року. Французька мова тривалий час була мовою адміністративного управління та права, що заклало підвалини для сучасного банкінгу.

**Asset (актив):** Термін походить від давньофранцузького *assez* «достатньо». В економічному контексті це означало наявність достатньої кількості майна для виконання зобов'язань перед кредиторами.

**Revenue (дохід):** Походить від дієслова *revenir* «повертатися», що ілюструє прибуток як кошти, що повертаються інвестору після завершення комерційного циклу.

**Amortization (амортизація):** Сходить до французького *amortir*, що буквально означає «знерухомлювати» або «гасити» борг.

«Сучасні дослідники підкреслюють, що французькі запозичення в англійській мові часто мають вищий рівень абстракції, ніж їхні англосаксонські

## 섹션 20.

### PHILOLOGY AND JOURNALISM

відповідники. Це дозволяє створювати точні дефініції, необхідні для міжнародного аудиту та фінансового моніторингу» [2].

Однією з найбільш знакових мовних інновацій, що змінили ландшафт світової економіки, є термін *entrepreneur*. До його інтеграції в англійську мову поняття підприємця було розмитим. Французька мова запропонувала термін, що поєднує в собі організаторські здібності, стратегічне бачення та готовність до ризику.

У сучасній літературі з менеджменту наголошується, що «*entrepreneur* - це не просто власник бізнесу, а індивід, що володіє особливим *savoir-faire* (вмінням діяти), що дозволяє створювати нову цінність у дефіцитних умовах» [3].

Багато термінів, що описують структуру сучасних корпорацій та управління людськими ресурсами, мають французьке коріння, що традиційно додає їм офіційності та статусності.

*Personnel* (персонал): на відміну від простого англійського *staff*, цей термін вказує на сукупність кваліфікованих кадрів як стратегічного ресурсу компанії.

*Cadre* (кадри): термін, що описує кістяк професійних управлінців, відображає французьку модель елітарної підготовки менеджерів.

*Bureaucrasy* (бюрократія): поняття, що стало фундаментом для соціології та економіки управління, виникло з поєднання французького *bureau* (стіл, закритий грубою тканиною) та грецького *kratos* (влада).

Як зазначає Ф. Катамба: «Французька мова забезпечила англійську мову інструментарієм для опису складних соціальних та економічних ієрархій, які були складними для відтворення в межах суто германської лексики» [4]. Це дозволило бізнес-дискурсу стати більш гнучким та адаптивним до потреб великих організацій.

У маркетинговому дискурсі французькі вставки часто виконують функцію «елітарних маркерів». Термін *Niche* (ніша), що походить від французького *nicher* «гніздитися», став фундаментальним для теорії позиціонування. Розуміння «ніші» як специфічного, захищеного місця на ринку є прямим лінгвістичним запозиченням французького архітектурного терміна, що став мовною інновацією в маркетингу ХХ–ХХІ століть.

«Сучасні правові та економічні норми міжнародної торгівлі також спираються на французькі конструкції, такі як *force majeure* (форс-мажор). Дослідження показують, що такі терміни забезпечують термінологічну стійкість у транскордонних контрактах» [5]. Це підтверджує, що французькі запозичення - це не просто архаїзми, а живі інновації, що продовжують формувати правила глобального бізнесу та мову фінансового права.

**Висновки.** Отже, французькі запозичення в англійській мові економіки не є випадковими елементами. Вони формують інтелектуальний фундамент для таких понять, як підприємництво, управління активами та стратегічний маркетинг. Ці мовні інновації забезпечують точність та надають бізнес-комунікації необхідного рівня абстракції. Для сучасного фахівця розуміння етимології цих термінів є ключем до глибшого розуміння глобальних економічних процесів.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

- [1] Crystal, D. (2019). The Cambridge Encyclopedia of the English Language. 3rd Edition. Cambridge University Press.
- [2] Stockwell, R., & Minkova, D. (2009). English Words: History and Structure. 2nd Edition. Cambridge University Press.
- [3] Hisrich, R. & Peters, M. & Shepherd, D. A (2017). Entrepreneurship. 10th Edition. McGraw-Hill Education.
- [4] Katamba, F. (2005). English Words: Structure, History, Usage. 2nd Edition. Routledge.
- [5] Cordero-Moss, G. (2014). International Commercial Contracts: Applied Common Law and Comparative Concepts. Cambridge University Press.