

УДК 811.161.2>373.46:334.7]:330.02(477)»20»  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2026.1.1/04>

**Вайда М. М.**

<https://orcid.org/0009-0000-8884-669X>

Львівський національний університет імені Івана Франка

## ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА УНОРМУВАННЯ ТЕРМІНОЛЕКСИКИ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ МОВОЗНАВСТВІ

*У статті здійснено комплексний аналіз актуальних проблем формування та унормування термінолексики підприємництва в сучасному українському мовознавстві. Основну увагу зосереджено на теоретичних і практичних аспектах становлення підприємницької термінології, особливостях її функціонування в науковому, офіційно-діловому та професійному мовленні, а також на питаннях її кодифікації й стандартизації. Підприємницька термінолексика розглядається як динамічна структурна система, що активно розвивається під впливом соціально-економічних, політичних, культурних, та глобалізаційних чинників.*

*Інтенсивне зростання та оновлення термінолексики підприємництва зумовлене трансформаціями економічної системи України, переходом до ринкової моделі господарювання, розширенням міжнародних економічних зв'язків, євроінтеграційними процесами та впливом глобалізації.*

*У статті проаналізовано підходи українських мовознавців до дослідження проблем стандартизації, термінографічного опрацювання та кодифікації підприємницької лексики. З'ясовано, що відсутність єдиних нормативних рішень щодо вживання окремих термінів, варіативність форм і значень, а також паралельне функціонування запозичених та українських термінів ускладнюють процес унормування цієї підсистеми лексики. Аналіз наукових праць засвідчує, що термінолексика підприємництва формується у тісному взаємозв'язку з економікою, правом, менеджментом, фінансами та маркетингом, що зумовлює її міждисциплінарний характер, структурну складність і неоднорідність.*

*Також обґрунтовано необхідність подальшого системного наукового осмислення цієї лексичної підсистеми, удосконалення термінографічної бази, поглиблення процесів стандартизації й кодифікації відповідно до мовних норм і актуальних потреб професійного спілкування в умовах сучасного соціально-економічного розвитку.*

**Ключові слова:** термінолексика підприємництва, кодифікація, стандартизація, варіативність, економічна термінологія, термінографія.

**Постанова проблеми.** Метою статті є виявлення та аналіз основних проблем формування, функціонування та унормування термінолексики підприємництва в сучасному українському мовознавстві. Для досягнення поставленої мети передбачено з'ясувати джерела поповнення підприємницької терміносистеми та визначити чинники варіативності та нестабільності термінів, а також проаналізувати сучасні підходи до їх кодифікації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання становлення та нормативного впорядкування термінолексики підприємництва в українському мовознавстві активно досліджуються сучасними науковцями, насамперед у контексті

економічної термінології, термінознавчих студій і термінографічної практики.

Методологічні основи термінології та питання її унормування стали предметом наукового аналізу в працях Л. Полюги, Г. Онуфрієнко, Т. Кияка, І. Кочан, Н. Цісар, у яких термін осмислюється як мовна одиниця, визначаються його характерні риси, а також принципи нормалізації та стандартизації.

Так, І. Кочан зауважує, що становлення термінологічної норми зумовлюється не лише внутрішніми закономірностями мовної системи, а й науковою традицією та реальною практикою, що є особливо показовим для динамічних сфер, зокрема підприємництва. [5, с. 155].



Окремий напрям наукових досліджень зосереджений на аналізі економічної та бізнесової термінології. У дослідженнях В. Товстенко, Л. Бондарчук, та Т. Подгурської простежується теза про те, що економічна термінологіка української мови перебуває в процесі інтенсивних змін, спричинених глобалізаційними тенденціями та інтеграцією бізнес-дискурсу в міжнародне комунікаційне середовище [13, с. 332]. Саме ці чинники, на думку науковців, зумовлюють нестійкість термінологічної системи.

Вагоме місце в наукових працях посідає проблема термінологічної варіативності, яка особливо виразно проявляється у лексиці підприємницької діяльності. Зокрема, у професійних текстах одночасно вживаються такі пари найменувань, як *підприємництво – бізнес, управління – менеджмент, початкове фінансування – стартап-капітал, інвестиційна пропозиція – пітч*. Частина дослідників, зокрема Людмила Симоненко, зазначає, що подібна варіативність є наслідком браку уніфікованих кодифікаційних норм і різномірної лексикографічної практики.

Паралельно термін *стартап* у різних джерелах подається по-різному що ускладнює його однозначне тлумачення та вживання. У термінографічних дослідженнях, зокрема у працях І. Шелепкової, підкреслюється, що сучасні словники економічної термінології нерідко відстають від актуальних мовних змін [15, с. 178]. Унаслідок цього виникає ситуація, за якою новітні терміни підприємницької сфери активно використовуються у фаховій комунікації, проте ще не закріплені в словникових джерелах, ні на рівні усталеного тлумачення, ні з погляду нормативного статусу. Брак уніфікованого підходу до їх лексикографічного опису сприяє поглибленню термінологічної неоднорідності.

Низка науковців, зокрема М. Вакуленко, акцентує увагу на складнощях кодифікації запозиченої термінології, що має особливу значущість для підприємницької галузі. [2]. Дослідники застерігають, що за відсутності чітко сформульованих принципів адаптації іншомовних одиниць, українська мова може втратити внутрішню впорядкованість своєї термінологічної системи.

Отже, огляд наукових джерел свідчить про те, що питання встановлення та нормативного впорядкування термінологіки підприємства в українській мові має комплексний і багатовимірний характер. Незважаючи на наявність окремих напрацювань у сучасному мовознавстві, все ще відчувається нестача узагальнених досліджень,

які б системно поєднували лінгвістичний і лексикографічний підходи до кодифікації підприємницьких термінів.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є комплексний аналіз проблем формування та унормування термінологіки підприємництва в сучасному українському мовознавстві, виокремлення основних джерел її поповнення, структурно-семантичні особливості, чинники варіативності й нестабільності термінів, а також окреслення шляхів кодифікації та стандартизації підприємницької термінології відповідно до потреб сучасного економічного дискурсу.

### Виклад основного матеріалу.

**1. Формування термінологіки підприємництва як мовознавча проблема.** Термінологіка підприємницької сфери в сучасній українській мові формується під дією низки взаємопов'язаних факторів, зокрема розвитку національної економіки, процесів глобалізації бізнесу, активних міжмовних взаємодій, а також внутрішніх структурних закономірностей мовної системи.

На відміну від усталених галузевих терміносистем, таких як правнича чи технічна, підприємницька термінологія вирізняється підвищеною динамічністю та відкритістю до появи нових понять, що істотно ускладнює її нормативне порідкування [16].

Підприємництво як вид діяльності інтегрує економічні, управлінські, правові та соціальні складники, що зумовлює її міждисциплінарну природу відповідної термінологіки. Унаслідок цього в мовному вжитку функціонують терміни, запозичені з економіки, менеджменту, фінансової сфери, маркетингу та інноваційної діяльності.

**2. Кодифікація термінів підприємництва: стан і проблеми.** Кодифікація підприємницьких термінів в українській мові здійснюється насамперед шляхом їх фіксації у тлумачних і перекладних словниках, а також у спеціалізованих економічних виданнях. Водночас аналіз лексикографічної практики свідчить про відсутність уніфікованого підходу до поняття та інтерпретації базових термінів цієї сфери. Так, у «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» поняття *підприємництво* визначається як різновид господарської діяльності, що ґрунтується на самостійній ініціативі та пов'язана з ризиком. У фахово-економічних словниках це поняття зазнає подальшої конкретизації, проте його семантичні межі нерідко варіюються, розширюються, або, навпаки, звужуються залежно від авторського бачення [16, с. 55].

Водночас лексема *бізнес* в одних джерелах тлумачиться як сононімічна до *підприємництва*, а в інших – як ширше поняття, що охоплює не лише власне підприємницьку діяльність, а й управлінські та фінансові процеси.

Аналогічні розбіжності простежуються й у трактуванні терміну «менеджмент». У низці словників він подається як іншомовний еквівалент українського *управління*, тоді як у професійному дискурсі ці одиниці часто розмежовуються: управління використовується для позначення загального процесу керування, тоді як *менеджмент* – для характеристики системи сучасних управлінських практик в бізнес-середовищі.

Брак чітко сформульованої кодифікаційної норми зумовлює паралельне функціонування цих термінів без усталеного семантичного розмежування. [9, с. 44].

**3. Варіативність як наслідок некодифікованості.** Однією з визначальних рис терміну лексики підприємницької сфери є варіативність, що виявляється на різних мовних рівнях: лексичному, словотвірному та семантичному. Найбільш наочним в цьому плані є іншомовні запозичення, які активно інтегруються в український бізнес-дискурс.

Зокрема, термін *стартап* функціонує в українській мові у кількох варіативних формах: стартап, стартап-проект, стартап-компанія. У більшості словникових джерел він або не зафіксований, або подається без чітко окресленого нормативного статусу, що ускладнює його коректне використання. Подібна ситуація спостерігається і щодо термінів *пітч*, *брендинг*, *скейлінг*, *фандрейзинг*, які широко застосовуються у фаховому спілкуванні, проте ще не мають усталених українських відповідників чи кодифікованих дефініцій [11, с. 110].

Варіативність виявляється також у паралельному вживанні калькованих та питомо-українських найменувань, наприклад, інвестиційна привабливість – інвестиційна атрактивність, ділова активність – бізнес-активність. За відсутності чітких нормативних рекомендацій, вибір того чи іншого варіанта нерідко зумовлюється індивідуальним мовним досвідом автора або усталеними традиціями конкретного професійного середовища.

**4. Відсутність єдиних стандартів.** Відсутність загальновизнаних стандартів кодифікації термінологіки підприємницької сфери зумовлює фрагментарність відповідної терміносистеми та ускладнює її застосування в наукових, освітніх та практичних текстах. Особливо це проявляється

в навчальному процесі, коли студенти стикаються з різними варіантами термінів у підручниках, наукових публікаціях і нормативно-правових документах [8, с. 7].

Окрім внутрішніх труднощів, відсутність стандартизованої бази створює серйозні перешкоди для ефективної міжнародної комунікації. В умовах глобалізації бізнесу та активної інтеграції України до світового економічного простору, переклад спеціалізованих текстів стає дедалі складнішим завданням. Через нечіткість визначення офіційних українських відповідників до іншомовних (насамперед англійських) бізнес-термінів, перекладачі, науковці та юристи-практики змушені приймати суб'єктивні рішення, обираючи мовні варіанти на власний розсуд. Це неминуче призводить до розмивання термінологічних меж та відсутності термінологічної узгодженості на міждержавному рівні.

Головним викликом залишається відсутність комплексної державної кодифікаційної стратегії, яка б дозволила уніфікувати термінологічний апарат, забезпечити його системність та адаптувати до сучасних вимог як внутрішнього ринку, так і міжнародного професійного середовища.

**5. Лексикографічне відображення термінологіки підприємництва.** Вагомим і визначальним складником процесу унормування термінологіки підприємницької сфери є її якісна та системна репрезентація в сучасних українських словникових виданнях різних типів. Проте детальний аналіз наявних лексикографічних джерел засвідчує, що терміни цієї динамічної галузі фіксуються вкрай неоднорідно. Принципи їхнього подання, відбору та тлумачення значною мірою залежать від цільового призначення словника, періоду його укладання, а також специфічної авторської концепції, що не завжди узгоджується з іншими виданнями.

У загальних тлумачних словниках української мови підприємницькі терміни зазвичай представлені у спрощеному вигляді. Їхні дефініції є лаконічними й орієнтованими на широке коло читачів, що часто призводить до втрати важливих фахових нюансів та ігнорування особливостей їхнього функціонування у вузькоспеціалізованому професійному контексті. Однак навіть у таких виданнях не завжди вдається досягти єдності у структурі побудови термінологічних статей, що породжує термінологічну розбіжність [4].

Зокрема, при зіставленні різних джерел стає очевидним, що одні й ті самі термінологічні одиниці можуть мати неоднаковий обсяг значення або

зміщені семантичні акценти. В одному словнику термін може трактуватися вузько, як суто юридична категорія, тоді як в іншому – як широкий економічний процес, що охоплює управлінські та фінансові аспекти.

Розв'язання цієї проблеми вбачається у налагодженні тіснішої та систематичної взаємодії між професійними мовознавцями, які забезпечують лінгвістичну правильність, та експертами-практиками економічної галузі, які володіють актуальним розумінням бізнес-процесів.

**6. Семантична нечіткість і розмитість меж термінів.** Однією з найбільш фундаментальних проблем, що перешкоджають стабілізації термінології у підприємницькій сфері, є семантична нечіткість окремих терміноодиниць. Ця розмитість виникає передусім через відсутність чітко окреслених меж між суміжними поняттями, що призводить до їхнього концептуального змішування. У науковому та практичному дискурсах терміни «*підприємництво*», «*господарська діяльність*», «*комерційна діяльність*» та «*бізнес*» нерідко функціонують як абсолютні синоніми та використовуються як взаємозамінні лексеми. Проте, з погляду фундаментальної економічної теорії та суворого правового регулювання, ці категорії не є повністю тотожними. Наприклад, «*господарська діяльність*» є значно ширшим поняттям, що охоплює і некомерційні аспекти, тоді як «*підприємництво*» обов'язково передбачає ініціативність та ризиковий характер. Систематичне ігнорування цих відмінностей у практичному мовленні та офіційній документації призводить до критичної втрати семантичної чіткості та однозначності, які є базовими характеристиками наукового стилю мови та запорукою адекватної інтерпретації фахової інформації [9].

Окрім проблеми синонімії, суттєві труднощі спричиняє семантична варіативність, яка проявляється у використанні термінів із різним обсягом значення – від гранично вузького до надміру широкого. Це створює ситуацію, коли одна й та сама лексема в різних контекстах маркує різні рівні абстракції.

На прикладі поняття «*інвестиції*»: у загально-економічному сенсі воно може трактуватися максимально масштабно – як будь-які фінансові чи матеріальні вкладення в активи.

У вузькоспеціалізованому контексті: цей же термін розглядається як специфічний економічний механізм, безпосередньо інтегрований у підприємницьку діяльність з метою отримання прибутку або соціального ефекту.

Така багатозначність без належного контекстуального уточнення провокує термінологічну плутанину, що негативно позначається на якості фахової комунікації та ускладнює процес нормування економічного дискурсу.

**7. Словотвірні моделі та їх нестабільність.** Процес становлення та динамічного розвитку термінології у сфері підприємництва значною мірою зумовлений інтенсивними та різновекторними словотвірними процесами, що відображають життєздатність мовної системи. В сучасній українській мові цей специфічний пласт лексики формується завдяки синергії двох основних шляхів: використанню традиційних внутрішніх моделей та активній адаптації іншомовних запозичень.

З одного боку, активно функціонують питомі морфологічні моделі (наприклад, суфіксальний спосіб у терміні «*підприємництво*»), що забезпечують наступність національної економічної традиції. З іншого боку, спостерігається масове залучення запозичень, переважно англіцизмів, та калькування іноземних структур (наприклад, «*інвестор*», «*маркетолог*», «*дистриб'ютор*»). Проте саме на перетині цих двох шляхів, через відсутність єдиних уніфікованих стандартів та чітких рекомендацій, виникає надмірна варіативність у використанні словотвірних засобів. Це призводить до появи паралельних форм, які часто конкурують між собою в межах одного наукового чи ділового тексту.

Наявність великої кількості дублетних форм та певна семантична розмитість термінів у різних контекстуальних умовах стають суттєвою перешкодою на шляху до повної кодифікації цієї лексики. Така ситуація безпосередньо порушує логічну цілісність та ієрархічну побудову термінологічної системи підприємництва.

Зрештою, подібна нестабільність словотвірних моделей не лише створює незручності для практиків, а й значно ускладнює теоретичний процес нормалізації термінів. Це призводить до зниження загального рівня системності термінологічної підсистеми підприємництва, перетворюючи її на набір розрізнених одиниць замість структурованого термінополя [6, с. 34]. Для подолання цього хаосу необхідне термінове узгодження словотвірних парадигм, які б гармонійно поєднували міжнародні стандарти з мовною специфікою української економічної думки.

**8. Вплив професійного дискурсу на унормування термінів.** Важливим чинником виникнення термінології у сфері бізнесу стає професійна комунікація – жива мова підприємців,

навчальних курсів, засновників стартапів та фінансових видань. Саме в межах цих середовищ нові поняття виникають і впроваджуються найактивніше, нерідко з'являються значно раніше, ніж їх встигають описати у словниках чи наукових дослідженнях.

Отже, реальне мовлення об'єктивно рухається швидше за офіційне визнання норм. Це спричиняє ситуацію, за якою чимало бізнес-термінів існують у перехідному стані. Вони є загальнозживаними, проте позбавлені єдиного правописного вигляду чи однозначного змістового наповнення. Для лінгвістичної науки це зумовлює необхідність постійно адаптуватися до змін умовній реальності, що вимагає розробки сучасних методів укладання словників та механізмів термінологічної стандартизації [12, с. 185].

**9. Необхідність комплексного підходу до унормування.** Підбиваючи підсумки, варто наголосити, що впорядкування термінології у сфері бізнесу неможливе лише зусиллями лексикографів чи шляхом сухого лінгвістичного дослідження. Цей процес вимагає всебічного підходу, де наукові принципи термінознавства гармоніювали

б з живою мовною практикою та специфічними вимогами ділового спілкування.

Доцільним кроком вбачається розробка спеціалізованих галузевих регламентів та цифрових термінологічних платформ, що гарантували б сталість і логічну єдність у застосуванні підприємницьких назв. Подібні інструменти мають стати фундаментом для офіційного закріплення мовних норм і сприяти побудові впорядкованої та гармонійної системи термінів у сучасному українському мовному просторі.

**Висновки.** Отже, вивчення питань генези та стандартування підприємницьких термінів у сучасній українській мові демонструє, що ця лексична група перебуває на етапі інтенсивної трансформації. Такий стан спричинений стрімкими змінами в економіці та потужним тиском глобалізаційних процесів. Перспективу подальших досліджень вбачаємо у розробці нормативних словників нового покоління, формуванні цифрових реєстрів і галузевих регламентів. Саме такі кроки дозволять досягти системності та однаковості у використанні підприємницької лексики в межах сучасного українського мовного простору.

#### Список літератури

1. Авраменко В. І. Етимологічний аналіз запозичень в економічній термінології української мови: історичний та сучасний виміри. *Науковий журнал Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*, 2024. Вип. 32. С. 15–19.
2. Вакуленко М. О. Сучасна українська термінологія: методологія, кодифікація, лексикографічна практика : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра філологічних наук. *Національна академія наук України*. Київ, 2023. 432 с.
3. Грищенко О. В., Богущкий В. М., Ординська І. Я. Англійська мова як джерело лексичних запозичень у сучасному українському дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2025. № 42. С. 221–226.
4. Комова М. В., Петрушка, А. І. Українська термінологічна лексикографія 1940–2020. *Новий Світ-2000*. Львів, 2024. 423 с.
5. Кочан І. М. Запозичення чужослів у терміносистемах як закономірний процес розвитку мов (на матеріалі фінансово-економічної термінології). *KUL*. Люблін, 2019. Вип. 1. С. 151–163.
6. Кравченко, Т. П. Обліково-фінансові терміни в сучасній українській економічній терміносистемі. *Наукові записки Миколаївського національного аграрного університету*, 2025. № 214. С. 30–36.
7. Крайняк Л. К., Дуда О. І., Рибачок С. М. Економічна термінологія як об'єкт теорії комунікації (на матеріалі англомовної галузевої періодики). *Folium*. Івано-Франківськ, 2024. № 4. С. 139–145.
8. Кудрявцева Н. А. Стандартизація термінології в українській діловій мові: виклики та можливості. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*, 2024. № 6. С. 6–14.
9. Олійник Н. І. Гармонізації термінів національних стандартів: виклики та перспективи. *Слово-Світ*. Київ, 2024. С. 43–47.
10. Онуфрієнко Г. С. Науковий стиль української мови : навчальний посібник. *Центр учбової літератури*. Київ, 2022. 426 с.
11. Пироговська В. О., Дзюбак Н. М., Юлдашева С. А. Роль мовних корпусів у вивченні варіативності мови та мовлення. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2023. № 32. С. 107–112.
12. Силованюк Ю. В. Стратифікація економічних термінів за мікро- та макросферами економічної галузі. *Міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич, 2024. № 72. С. 180–188.
13. Товстенко В.Р., Бондарчук Л. М., Подгурська Т. А. Актуальні процеси в сучасній українській економічній терміносистемі. *Термінологічний вісник*. Київ, 2021. Вип. 6. С. 324–337.

14. Циганюк В. М. Особливості перекладу англійських економічних текстів українською мовою. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2021. № 16. С. 208–213.
15. Шелепкова І. М. Лінгвістичний аналіз української термінології бізнесу як цілісної системи. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2023. Вип. 30. С. 176–181.
16. Шелепкова І. М. Характеристика української економічної термінології на сучасному етапі розвитку. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород, 2019. Вип. 7. С. 52–56.

#### **Vaida M. M. PROBLEMS OF FORMATION AND STANDARDIZATION OF ENTREPRENEURSHIP TERMINOLOGY IN MODERN UKRAINIAN LINGUISTICS**

*The article provides a comprehensive analysis of the current problems of the formation and standardization of business terminology in modern Ukrainian linguistics. The main attention is focused on the theoretical and practical aspects of the formation of business terminology, the features of its functioning in scientific, official business and professional speech, as well as on the issues of its codification and standardization. Business terminology is considered as a dynamic structural system that is actively developing under the influence of socio-economic, political, cultural and globalization factors.*

*The intensive growth and updating of business terminology is due to the transformations of the economic system of Ukraine, the transition to a market model of management, the expansion of international economic relations, European integration processes and the influence of globalization.*

*The article analyzes the approaches of Ukrainian linguists to the study of problems of standardization, terminographic processing and codification of business vocabulary. It was found that the lack of unified normative decisions regarding the use of individual terms, the variability of forms and meanings, as well as the parallel functioning of borrowed and Ukrainian terms complicate the process of normalizing this subsystem of vocabulary. The analysis of scientific works shows that the terminological lexicon of entrepreneurship is formed in close connection with economics, law, management, finance and marketing, which determines its interdisciplinary nature, structural complexity and heterogeneity.*

*The need for further systematic scientific understanding of this lexical subsystem, improvement of the terminographic base, deepening of the processes of standardization and codification in accordance with language norms and the actual needs of professional communication in the conditions of modern socio-economic development is also substantiated.*

**Keywords:** *terminology of entrepreneurship, codification, standardization, variability, economic terminology, terminography.*

Дата першого надходження статті до видання: 29.01.2026  
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 23.02.2026  
Дата публікації (оприлюднення) статті: 24.04.2026