

УДК 811.16.2' 272 : 339.97

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/97-3-41>**Світлана ШЕВЧУК,**

orcid.org/0009-0006-1817-4633

професор кафедри української мови

Українського державного університету імені Михайла Драгоманова

(Київ, Україна) s.v.shevchuk@udu.edu.ua

УКРАЇНСЬКА МОВА У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ: МІЖ ЛОКАЛІЗАЦІЄЮ ТА АНГЛІЗАЦІЄЮ

У статті досліджено функціонування української мови у сфері міжнародного бізнесу в умовах глобалізації та активного впливу англійської мови. Особливу увагу приділено проблемі взаємодії процесів локалізації та поширення англійців у професійному мовленні, маркетинговій комунікації та корпоративному середовищі. Актуальність дослідження зумовлена посиленням ролі української мови в публічному просторі після набуття чинності нових положень мовного законодавства, зокрема норм Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної», які з 16 липня 2022 року регулюють використання державної мови у сфері обслуговування, електронної комерції та бізнес-комунікації.

У статті проаналізовано теоретичні підходи до поняття локалізації та її відмінність від традиційного перекладу. Встановлено, що локалізація передбачає не лише мовний переклад продукту або послуги, а й адаптацію культурних, маркетингових та комунікативних елементів до особливостей локального ринку. Розглянуто роль перекладу і локалізації у процесах інтеграції міжнародних компаній на український ринок та розвитку українського бізнесу в глобальному середовищі.

Окрему увагу приділено аналізу внутрішніх лінгвістичних ресурсів української мови, які дають змогу створювати відповідники до чужомовних термінів. Наведено приклади локалізації англомовної бізнес-лексики українською мовою, зокрема в галузях маркетингу, менеджменту та цифрової економіки. Проаналізовано способи адаптації англіцизмів до норм української мови – через транскрипцію, калькування, семантичне розширення або творення нових слів.

У результаті дослідження зроблено висновок, що ефективно використання української мови у міжнародному бізнесі передбачає баланс між локалізацією глобальних термінів і збереженням мовної нормативності. Українська мова має достатній словотвірний потенціал для формування власної сучасної бізнес-термінології, що сприяє розвитку національного економічного простору та зміцненню мовної ідентичності.

Ключові слова: українська мова, міжнародний бізнес, локалізація, переклад, англіцизми, мовна політика, бізнес-комунікація.

Svitlana SHEVCHUK,

orcid.org/0009-0006-1817-4633

Professor at the Department of Ukrainian Language

Mykhailo Dragomanov Ukrainian State University

(Kyiv, Ukraine) s.v.shevchuk@udu.edu.ua

UKRAINIAN LANGUAGE IN INTERNATIONAL BUSINESS: BETWEEN LOCALIZATION AND ANGLICISMS

The article examines the use of the Ukrainian language in international business under globalization and the increasing influence of the English language. Particular attention is paid to the interaction between localization processes and the spread of Anglicisms in business communication, marketing discourse, and corporate environments. The relevance of the study is determined by the strengthening of the role of the Ukrainian language in the public sphere following the implementation of new provisions of the Law of Ukraine “On Ensuring the Functioning of the Ukrainian Language as the State Language”, which since July 16, 2022 has regulated the use of the state language in services, e-commerce, and business communication.

The paper analyzes theoretical approaches to the concept of localization and distinguishes it from traditional translation practices. Localization is understood not only as linguistic translation but also as the cultural, communicative, and marketing adaptation of products and services to the characteristics of a local market. The study highlights the role of translation and localization in facilitating the entry of international companies into the Ukrainian market as well as supporting the integration of Ukrainian businesses into the global economic environment.

Special attention is given to the internal linguistic resources of the Ukrainian language, which allow for the creation of appropriate equivalents for foreign terms. Examples of localization of English business terminology into Ukrainian are provided, particularly in the fields of marketing, management, and digital economy. The article also discusses the main

strategies for adapting Anglicisms into Ukrainian linguistic norms, including transcription, calque translation, semantic adaptation, and the creation of new lexical units.

The study concludes that effective use of the Ukrainian language in international business requires a balanced approach between localization of global terminology and adherence to linguistic norms. Ukrainian possesses sufficient word-formation potential to develop its own modern business terminology, which contributes to strengthening the national economic space and preserving linguistic identity.

Key words: *Ukrainian language, international business, localization, translation, Anglicisms, language policy, business communication.*

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому бізнесі мовний чинник визначає конкурентоспроможність компаній. Англійська мова як *lingua franca* забезпечує ефективність міжнародних перемовин, контрактів та цифрової комунікації, проте на національних ринках, зокрема українському, домінування англійської створює перешкоди доступності для споживачів. Після 24 лютого 2022 року роль української мови в бізнесі суттєво зросла: деанглізація та українізація стали елементами національної ідентичності та економічної стратегії. Закон України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (Закон, 2019) закріпив обов'язковість державної мови в публічних сферах, що безпосередньо вплинуло на діяльність міжнародних компаній. Виклики полягають у дилемі локалізації (адаптація контенту, інтерфейсів та термінології до українського контексту для підвищення лояльності) *versus* англізації (збереження англійських термінів для глобальної інтеграції та економії ресурсів). Компанії стикаються з ризиками штрафів, втрати ринку через неадаптовані сайти чи інтерфейси, а також культурними непорозуміннями. Тема актуальна, позаяк виникає потреба дослідження взаємодії двох протилежних тенденцій – англізації та локалізації. З одного боку, міжнародний бізнес потребує використання англійської мови для глобальної комунікації, а з іншого – потрібно адаптувати продукти, послуги та комунікацію до українського мовного середовища. Отже, актуальність дослідження зумовлена потребою аналізу ролі української мови у міжнародному бізнесі та визначення ефективних механізмів локалізації, яка стає інструментом не лише маркетингу, а й соціальної відповідальності.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблему функціонування української мови у професійній та бізнес-комунікації досліджували багато українських і зарубіжних науковців. Зокрема, питання мовної політики та розвитку української мови у суспільстві розглядали Лариса Масенко (Масенко, 2008; 2019: 40 – 51). Олександр Пономарів аналізував адаптацію іншомовної лексики до українських мовних норм, наголошуючи на тому, що запозичати потрібно тоді, коли українська мова не

має власного слова для позначення того чи того поняття (Пономарів, 2017:126). На особливу увагу заслуговує монографія Ірини Фаріон (Фаріон, 2013:162-176), в якій докладно і переконливо розкрито еволюцію мовних норм, окреслено проблеми нормативності чужомовних слів. Дослідниця не оминає увагою проблеми заміни англізмів власне українськими виразами та закликає нас бути в обороні мовної ідентичності.

Питання кодифікації мови та захисту її досконалих параметрів від надмірного проникнення чужомовних запозичень та забезпечення мовних прав державної мови досліджує Богдан Ажнюк (Ажнюк, 2021: 281-307).

На потребі стандартизації термінології як важливої умови інтеграції України на світовий ринок наголошує у своїй статті Н. Кудрявцева, зосереджуючи особливу увагу на відсутності єдиних підходів до адаптації запозичень (Кудрявцева, 2024). Подібні питання досліджують Л. Кондратенко, О. Могила та Т.Нижник, які аналізують специфіку перекладу ділової лексики з англійської мови українською, зосереджуючись на особливостях адаптації до бізнесового середовища (Кондратенко, Могила, Нижник, 2022). Цій проблематиці присвячені роботи Л. Архипенко, яка досліджувала причини і перспективи англійських запозичень (Архипенко, 2021), І. Харченко, яка описала особливості англізмів у термінології (Харченко, 2018), К. Павелків, яка розглянула вплив англізмів на сучасну українську мову, зокрема сфери впливу (Павелків, 2023).

Особливості перекладу та локалізації розглядають Мона Бейкер та Лоуренс Венуті, які досліджують переклад як культурну адаптацію тексту (Baker, 2018 ; Venuti, 2017).

Дослідження процесів локалізації у цифровій економіці представлені у працях Esselink Bert, який розглядає локалізацію як важливий елемент глобального бізнесу (Esselink, 2000).

Незважаючи на значну кількість досліджень, питання співвідношення локалізації та англізації у сфері міжнародного бізнесу в Україні потребує подальшого аналізу.

Метою статті є дослідження ролі української мови у сфері міжнародного бізнесу, аналіз про-

цесів локалізації та англізації, а також визначення особливостей перекладу бізнес-комунікації з англійської на українську.

Виклад основного матеріалу. 16 липня 2022 року набули чинності частини 2 та 6 статті 27 Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (Закон, 2019). Відтепер інтернет-ресурси (сайти, сторінки в соцмережах, мобільні додатки, боти), зареєстровані в Україні або спрямовані на українських споживачів, повинні мати основну версію українською мовою, яка завантажується за замовчуванням для користувачів в Україні. Для іноземних компаній українська версія може бути скороченою, але достатньою для розуміння діяльності. Продукти з комп'ютерними програмами (автомобілі, побутова техніка) вимагають української інтерфейсу, рівноцінного за обсягом іншим мовам, інакше товар вважатимуть неякісним. Обслуговування клієнтів (стаття 30) українською обов'язкове з 16 січня 2021 року.

Локалізація – це процес адаптації продукту або послуги до мовних і культурних особливостей ринку (Esselink, 2000). Локалізація перекладу з англійської на українську має кілька особливостей: функційна адаптація термінології до літературних норм, врахування культурних особливостей і збереження стилю бренду. Її правильність дозволяє міжнародним компаніям підвищити довіру клієнтів (70% українських споживачів віддають перевагу UA-інтерфейсу), розширити ринок, збільшити продажі.

Так, McDonald's адаптував меню та сайт українською, пропонуючи локальні позиції (наприклад, «МакФреши»); Coca-Cola у кампанії «Share a Coke» персоналізувала пляшки українськими іменами. Міжнародні бренди, ігноруючи локалізацію, втрачають частку ринку через бар'єри розуміння.

У сучасних умовах глобалізації міжнародний бізнес активно використовує англійську мову як основний засіб комунікації, що зумовлює процес адаптації англізмів до сучасних норм української мови. За ступенем адаптації англіцизми, якими послуговується міжнародний бізнес, переділяють на:

повністю адаптовані: *маркетинг, менеджер, бренд, проєкт, сервіс, франшиза;*

частково адаптовані: *стартап, брендинг, коучинг, аутсорсинг, тренінг.* Ці лексеми зберігають англійську основу, отримують українське закінчення та відмінювання. До цієї групи відносять англіцизми, які мають українські відповідники, і міжнародний бізнес послуговується паралельними формами: *meeting / зустріч, feedback / відгук,*

update/ оновлення, team/ команда – зустріч, відгук, оновлення, команда;

неадаповані (нові запозичення): *pitch, networking, brainstorming, business model.* Ними найчастіше послуговуються у професійному середовищі, вони не мають усталених українських відповідників. Отже, відбувається активна взаємодія процесів глобалізації та англізації, розширюється тенденція морфологічної та семантичної адаптації.

Українська мова має потужні ресурси для бізнес-термінології:

лексичні відповідники з урахуванням семантики слова (*керівник* замість *менеджер*; *посередник* замість *брокер*, *маклер*; *торговець* – *дилер*; *розподільвач* – *дистриб'ютор*; *представник* – *комісіонер*; *торговець нерухомого майна* – *ріелтор*; *гуртовий торговець, гуртовик* – *трейдер*; *збут, вивчення ринку* – *маркетинг*; *відгук* – *фідбек*);

запозичення з адаптацією (*бренд* → *брендинг*; *імідж* – *іміджмейкер*);

калькування (*free shipping* → *безкоштовна доставка*), неологізми (*стартап* → *стартап*, але з українським контекстом).

Норми сучасної української мови (Словник української мови) дозволяють гібридні форми, але пріоритет треба надавати питомим словам української мови для уникнення надмірної англізації, але через глобалізаційні процеси у міжнародному бізнесі закріпилися і повсюдно функціонують лексеми: *менеджер, бренд, стартап, дедлайн, маркетинг* тощо. Отже, треба дотримуватися балансу: запозичення для інтернаціоналізмів, власне українські слова для доступності. Гібридний підхід оптимальний: 60–70% UA + адаптовані англіцизми.

Аналіз доступних матеріалів, які представлені у таблиці, підтверджує, що міжнародні компанії, здійснюючи локалізацію і переклад, дотримуються термінологічної точності, лаконічності, емоційної та культурної адаптації.

Висновки. Отже, українська мова відіграє важливу роль у сфері міжнародного бізнесу. З одного боку, глобалізація сприяє поширенню англійської мови, що призводить до процесу англізації бізнес-комунікації. З іншого боку, законодавчі вимоги та розвиток українського ринку стимулюють процеси локалізації.

Локалізація є важливим інструментом інтеграції міжнародних компаній у національний економічний простір. Вона дозволяє адаптувати продукти та послуги до мовних і культурних особливостей українського суспільства.

Отже, ефективне поєднання англійської мови як глобального інструменту бізнесу та української мови як державної є ключовим чинником успішного розвитку міжнародного бізнесу в Україні.

Таблиця

Англійська	Українська локалізація	Коментар
sale	розпродаж	Повна адаптація; уникнення «сейл» для нормативності та зрозумілості (Rozetka, Prom.ua).
free shipping	безкоштовна доставка	Калька; стандарт у e-commerce (Rozetka, Epicentr, IKEA UA).
feedback	відгук	Заміна англіцизму «фідбек»; використовується в UI Netflix, Google Play, Apple App Store.
login	вхід	Стандартизація; Google, McDonald's app, Monobank.
account	обліковий запис	Термінологічна точність; банки (PrivatBank, Monobank), e-commerce.
Black Friday	Чорна п'ятниця	Калька + культурна адаптація; Nike UA, Starbucks UA, Rozetka.
Just Do It (Nike slogan)	Просто зроби це	Прямий переклад; зберігає мотиваційний ефект і лаконічність.
Share a Coke (Coca-Cola)	Поділися Коке з [ім'я]	Персоналізація українськими іменами; кампанія 2022–2025 рр.
Think different (Apple)	Думай інакше	Класичний переклад; зберігається в UA-версіях маркетингу Apple.
Taste the feeling (Coca-Cola)	Відчуй смак	Адаптація для емоційного резонансу; використовується в UA-рекламі.
submit	відправити	Короткий UX-текст; форми на сайтах Monobank, Nova Poshta, Diia.
dashboard	панель керування / кабінет	«Кабінет» для особистих акаунтів (Monobank, Privat24); «панель» для бізнес-дашбордів.
search	пошук	Стандарт UI; Google UA, YouTube UA, Rozetka.
cart / basket	кошик	Повна заміна; Rozetka, Prom, OLX UA.
checkout	оформлення замовлення	UX-орієнтована фраза; довша, але зрозуміліша для українців.
wishlist	список бажань	Адаптація; Rozetka, Makeup.ua.
add to cart	дати в кошик	Стандартизований фразеологізм e-commerce.
my orders	мої замовлення	Особистий кабінет; Nova Poshta, Rozetka.
sign up	заресструватися	Альтернатива «створити обліковий запис»; використовується в соцмережах та сервісах.
password	пароль	Прямий еквівалент; усі банки та сервіси.
forgot password?	забули пароль?	Питальна форма; стандарт Google, Apple, Facebook UA.
notifications	сповіщення	Заміна «нотифікацій»; Diia, Monobank, Telegram UA.
settings	налаштування	Повна локалізація; системні меню Android/iOS UA, Windows UA.
update	оновити	Кнопки в додатках; App Store UA, Google Play UA.
error 404 – page not found	Помилка 404 – сторінку не знайдено	Збережено номер помилки + зрозумілий переклад; сайти державні та комерційні.
loading...	завантаження...	Анімаційні індикатори; Uber UA, Bolt UA.
proceed to payment	перейти до оплати	E-commerce; LiqPay, WayForPay інтеграції.
order placed	замовлення оформлено	Підтвердження; Nova Poshta, Rozetka.
track order	відстежити замовлення	Функціонал доставки; Nova Poshta app.
Impossible is Nothing (Adidas)	Неможливе – це ніщо	Прямий переклад; використовується в UA-кампаніях Adidas.
I'm Lovin' It (McDonald's)	Я це люблю	Адаптація для ритму та емоційності; McDonald's UA з 2003 р., актуально.
Because You're Worth It (L'Oréal)	Бо ви цього варті	Класичний переклад; L'Oréal UA.
Open Happiness (Coca-Cola)	Відкрий щастя	Емоційна адаптація; кампанії в Україні.
Play it loud (Beats by Dre)	Грай голосно	Прямий, енергійний переклад; Beats UA.
refresh	оновити	Кнопки в браузерах, соцмережах; Facebook UA, Instagram UA.
swipe left/right	свайпнути ліворуч/праворуч	Збережено «свайп» як запозичення в Tinder UA, але часто пояснюють.
profile	профіль	Соцмережі, LinkedIn UA, Instagram UA.
edit profile	редагувати профіль	Стандарт; Facebook, LinkedIn.
follow	стежити / підписатися	«Підписатися» в Instagram UA, YouTube UA; «стежити» в Twitter/X UA.
unfollow	відписатися	Зворотне до підписки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Ажнюк Б. М. Мовна політика: Україна і світ : монографія. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2021. 420 с.
- Архипенко Л. М. Англіцизми в українській мові: причини, наслідки, перспективи запозичування. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32(71), № 5(1). С. 1-6. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_filol_2021_32\(71\)_5\(1\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/UZTNU_filol_2021_32(71)_5(1)_3) (дата звернення: 18.03.2026).
- Про забезпечення функціонування української мови як державної : Закон України від 25.04.2019 № 2704-VIII. *Відомості Верховної Ради (ВВР)*, 2019, № 21, ст.81. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19> (дата звернення: 18.03.2026).
- Кондратенко Л., Могила О., Нижник Т. Ділова лексика в англійській та українській мові: специфіка, особливості перекладу. *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Т. 1, № 23. С. 181–185. DOI: 10.32782/tps2663-4880/2022.23.1.35
- Кудрявцева Н. А. Стандартизація термінології в українській діловій мові: виклики та можливості. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2024. Т. 35 (74), № 6. С. 6-14. DOI: 10.32782/2710-4656/2024.6/02
- Масенко Л. Т. Мовна політика України у 2017–2019 роках. *Українська мова*. 2019. № 3. С. 40–51.
- Масенко Л. Мічена карта. *Літературна Україна*. 14 лютого 2008 р. № 6 (5244). С. 1, 3.

8. Павелків К. Вплив англіцизмів на сучасну українську мову: сфери проникнення. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2023. Вип. 63, том 2. С. 125-130. DOI: 10.24919/2308-4863/63-2-21
9. Харченко І. Особливості функціонування англіцизмів у сучасній українській термінології. *Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія : Філологія (мовознавство)*. 2014. Вип. 19. С. 185-189. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdrp_filol_2014_19_39 (дата звернення: 20.03.2026).
10. Фаріон І. Д. Мовна норма: знищення, пошук, віднова (культура мовлення публічних людей). 3-тє вид., допов. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2013. 331 с.
11. Esselink B. A Practical Guide to Localization. Amsterdam : John Benjamins, 2000. 490 p. URL: https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9789027298188_A24764369/preview-9789027298188_A24764369.pdf (дата звернення: 20.03.2026)
12. Baker M. In *Other Words: A Coursebook on Translation*. 2nd ed. London : Routledge, 2004. 353 p. URL: <https://nlp.csie.org/~sound/translation.pdf> (дата звернення: 20.03.2026)
13. Venuti L. *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London : Routledge, 1995. 366 p. URL: https://www.academia.edu/2184603/The_translators_invisibility_A_history_of_translation (дата звернення: 20.03.2026)

REFERENCES

1. Azhniuk B. M. (2021) *Movna polityka: Ukraina i svit [Ukraine and the world] Monohrafiia*. Vydavnychi dim Dmytra Buraho, Kyiv, 420. [in Ukrainian].
2. Arkhynenko L. M. (2021) *Anhlitsyzy v ukrainskii movi: prychny, naslidky, perspektyvy zapozychuvannia [Anglicisms in the Ukrainian language: causes, consequences, prospects] Vcheni zapysky Tavriiskoho natsionalnoho universytetu imeni V. I. Vernadskoho. Seriiia : Filolohiia. Zhurnalistyka*, Kyiv, 5. 1-6. [in Ukrainian].
3. Pro zabezpechennia funktsionuvannia ukrainskoi movy yak derzhavnoi (2019) № 2704-VIII [Law of Ukraine on ensuring the functioning of the Ukrainian language as the state language]. *Vidomosti Verkhovnoi Rady (VVR)*, 2019, № 21, st.81 [in Ukrainian].
14. Kondratenko L., Mohyla O., Nyzhnyk T. (2022) *Dilova leksyka v anhliiskii ta ukrainskii movi: spetsyfika, osoblyvosti perekladu [Business vocabulary in English and Ukrainian: specifics and translation features]*. *Zakarpatski filolohichni studii*, 1(23), 181–185. [in Ukrainian].
4. Kudriavtseva N. A. (2024) *Standartyzatsiia terminolohii v ukrainskii dilovii movi: vyklyky ta mozhlyvosti [Standardization of terminology in Ukrainian business language: challenges and opportunities]*. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho*, 35(74), 6. 6-14. [in Ukrainian].
5. Masenko L. T. (2019) *Movna polityka Ukrainy u 2017–2019 rokakh [Language policy of Ukraine in 2017–2019]*. *Ukrainska mova*, 3, 40–51. [in Ukrainian].
6. Masenko L. *Michena karta [Marked map]*. *Literaturna Ukraina*. 14 liutoho 2008 r. № 6 (5244), 1, 3. [in Ukrainian].
7. Pavelkiv K. (2023) *Vplyv anhlytsyzy na suchasnu ukrainsku movu: sfery pronyknennia [The influence of anglicisms on modern Ukrainian language]*. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 2023, Vyp. 63, tom 2, 125-130. [in Ukrainian].
8. Kharchenko I. (2018) *Osoblyvosti funktsionuvannia anhlytsyzy v suchasni ukrainskii terminolohii [Features of anglicisms functioning in modern Ukrainian terminology]*. *Naukovi zapysky [Vinnytskoho derzhavnoho pedahohichnoho universytetu imeni Mykhaila Kotsiubynskoho]*. Seriiia : Filolohiia (movoznavstvo), 2014, Vyp. 19, 185-189. [in Ukrainian].
9. Farion I. D. (2013) *Movna norma: znyshchennia, poshuk, vidnova [Language norm: destruction, search, renewal]*. *Ivano-Frankivsk: Misto NV*. 331 s. [in Ukrainian].
10. Esselink B. *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam : John Benjamins, 2000. 490 p.
11. Baker M. In *Other Words: A Coursebook on Translation*. 2nd ed. London : Routledge, 2004. 353 p.
12. Venuti L. *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. London : Routledge, 1995. 366 p.

Дата першого надходження статті до видання: 04.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 25.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 19.05.2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)

