

()

• • ,

• •

8,3 %

8,5

« »

()
» [5: 153-154].

«

» [4: 443].

[9: 212].

... : «

» [6: 34].

«

» [7: 65].

«

» [7: 119].

[1].

«

» [8: 26].

«

» [10: 425].

[10: 426-429].

[10: 429-430].

[3: 109-111].

[2: 140].

(91%),

: «PROMWEST» (

: . west –), « - » (: . drive – ,

), « new art» (: . new art –), «

» (: . romantic –), « » (: . star

—), « - » (. *universal* -), « - »
 (: *.forward* - ,). (4%

), « - » (: *viva* -
 : *aqua, -ae* - .
), « - » (: *ars, artis* -), « - »
 », « - » (: *vita, -ae* -), « - »
 » (: *terra, -ae* -),
 « - » (: *locus, loci* -), « - » (: *vita sana* -), « - »
 (: *medicus, -i* -), « - » (: *sanitas* -), « - » ().

—), « - » (: *astra* (acc. plur. *astrum*) -
 «*Per aspera ad astra*» - « - » (: *aqua* - ,
 «*Aqua vitae*» - « - » (: « - » ().

: « - » (: *atrium, -i* -).

5%

. *courage* - ;
), « - » (: *madame* - , *Paris* -
), « - » (: *Marie* - , *belle* -),
 « - » (: *maison* -), « - » (: *milady* -), « - » (: *ravissant* -).

: «*Abito*» (: *abito* -), « - » (: *momento* -),
), « - » (: *Solo noi* - ;

: «*ARTES*» (: *arte, -s*
 — . « - » (: *El Dorado* - ;
), « - » (: *fiesta* -), « - » (: « - » (: .

. *aura* – ,) , « » (: . –) .

), « » (: « » (: . *kurczak* – . *prezent* – .) .) , « » (: – . *fryzura* – .) .

), « » (: « » (: *Bäckerei* – : *Wiedergeburt* – .) .

) , « » (: « » (: .) .

; - , « » ; - ,

1) , ,

;) , « » (: « » (: *best* – .) , « » (: *city* – .) , « » (: *nice* – .) , « » (: *perfect* – .) , « » (: *charme* – .) , « » (: *chef-d'œuvre* – .) .

: «Beauty Design» (: *beauty* – , *design* – .) , « » (: *Gold* » (: *villa* – .) , « » (: *beauty* – , *style* – .) , « » (: *mobile* – .) .

2) ,

« »

:

) ,

: «Avto Style» (: style – .), «Baby» (: baby – .), «Dance club Maxim» (: dance club – .), «Laptop-» (: laptop – .), « - » (: . antique – , realty –), « » (: . art –), « » (: . west – , print –), « » (: . expert service –), « - » (), « - » (: . quickstep – . ;), « - » (, -), « » (: . star – , . credo – , lex –), « » (: . tendance – soft – , décor –), « » (: . hobby – ,);

) , ,

:

«CDM » (, : CDM – Code Division Multiple Access, ,), «Mobi Style» (,), «Singer» (, « » (: Bäckerei – . ; - « »), « - » (), « - » (), « - » (: . in time –), « » (: step – .), « » (: . art –), « » (: . smile – professional line –), « » (: « »), « » ().

) : «DLF» (: DLF – ; - -), « » (: accompli – .), « - » (), « » (), « - » (: . Blitz –), « - » (, : . vivat – !), « » (: life – .), « » (: nexus – . ,), « » (: optimal – .), « » (: taj – .), « » (; : forward – .), « » ().

1)

:

)

:

«AUTOSHOP» (), «Bolero» (: -), «ClassAr-STUDIO», «Copy.com» (), «Denim» (: denim – .),

«Effect» (: effect -), «Foto Print» (), «Froggy» (:), «Glamour plus» (), «Gold Vein» (:), «Ist-motors» (), «Litera» (), «New-Art» (), «Perfetto» (), «The Best» (:), «Triodesign» (), «Viva» (), «XL» (;);)

: «Beurer» (), «Bolith» (), «Carling» (: Carling in love -), «Del Post» (), «East Aberdeen English Program» (), «EKO-SIP» (: SIP – structural insulated panels), «Everest» (), «Foris» (), «Fortezza» (), «IMEX» (), «Imex» (), «La Rivelle» (), «L'Amore» (), «LAVAZZA» (, : Lavazza -), «Management capital» (), «Milano» (), «New Optimum Service» (), «Reserved» (), «RomEst Group» (), «VACOM» (,), «-Kreisel» ();)

: «I&T» (: - -), «KSV» (: - -), «V&A» (: - -), «Viol» (: - -), «-Vi» ().

2) : « - » (: alarm -), « » (: amber -), « » (), « » (: art - , line -), « » (' : . master -), « » (), « » (, « » (), « » (: buster -), « » (: . blackberry -), « » (: . Blick -), « » (: . Blitz -), « » (: . west -), « » (;), « » (), « » (), « » (), « » (,), « » (), « » (), « » (- ,), « » (), « - - » (), « » (: . Italian shoes -), « » (), « » (), « - » (), « » (), « » (: . land -), « - » (,), « » ('), « » (,), « » (), « » (), « - » (, -), « » (), « » (), « » (), « - » (), « » (), « » (), « » (, » ((), « - » (), « » ('), « » (, » ()

), « » (), « » (), « » (), « » ().

3)

: «DVI- », «DVI- Digital Visual Interface), «Most- », «SAT- », «SV », «SV- », «VAB », «VICOTEC- », « xpress» (), « City» (), « -life» ().

**FOREIGN BORROWINGS IN ERGONOMY
(BASED ON COMPANY NAMES OF THE TERNOPIIL REGION)**

Y. M. Deremenda

The present article studies the state of vocabulary of company names of the Ternopil region formed with the use of foreign borrowing. It defines the source languages for company names of the Ternopil region and lays out the percentage of each of them. Semantic and associative mechanisms of advertising effect of borrowing, as well as forms of graphic representation of foreign borrowings in company names of the Ternopil region are studied.

Key words: *ergonym, company name, foreign borrowings, attraction, advertising function.*

1. : 10.02.19 /
2. , 2009. – 159 . / // : – 2006. – 11, .138-143.
3. : 10.02.04 : , 2004. – 22 с.
4. // « » .20 (59), 3. – .439-444.
5. : 10.02.01 / (): ... , 2003. – 214 .
6. : , 2008. – 1 (13). – .31-36.

7. . . . / - . : . . . , 1973. – 151 .
8. / . . . // - « - » , 2009. – 1. – .24-29.
9. (. . . .) // Najnowsze przemiany nazewnictwa / E. Jakus-Borkowa, K. Nowik (red.). - Warszawa, 1998. – S. 203-213.
10. Rzetelska-Feleszko E. Praskie nazwy firmowe // Onomastické práce IV. – Svazek 4.- Sborník rozprav k sedmdesátým narozeninám univ. Prof. Ph. Dr. Ivana Lutterera, CSC. – Ústav pro jazyk český av r Praha, 2000. – S. 424-430.

20 2011 .