Словообразование понятия «market» в русском языке

Бадмаева А.Б

ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный Университет имени Б. Б. Городовикова»

(экономический факультет 2 курс)

Научный руководитель (консультант): Д.Д. Халгаева, к.ф.н., доцент кафедры иностранных языков и общей лингвистики,

«Калмыцкий государственный университет имени Б. Б. Городовикова»,

г. Элиста, Россия

В наше время языковое заимствование не является чем-то необычном, так как практически каждый язык с течением времени подвергается изменениям в силу быстрого развития всех сфер жизни, а именно политической, экономической, социологической и др. Таким образом, на протяжении всей истории развития русского языка, в него проникали слова, а также выражения из других языков. Люди начали изменять заимствованные слова, производить словообразование, и в итоге получать качественно другое слово. Словообразование начало активно развиваться в последние несколько десятилетий, из-за больших перемен в жизни каждого человека. В процессе словообразования образуется связь между грамматическим, лексическим и словообразовательным уровнем языка. Таким образом, мы обогащаем наш русский язык и пополняем свой лексикон.[[1]](#footnote-1)

В настоящее время большую часть экономических терминов составляют заимствованные слова. Путем их сокращения, сложения слов и словообразования появляются термины которые активно используются в экономических понятиях и реалиях.[[2]](#footnote-2)

Одним из таких слов является “маркет” или же рынок - это всякий институт или механизм, который сводит вместе покупателей и продавцов конкретного товара или услуги выступая предъявителем товара и услуги.[[3]](#footnote-3) Сам рынок можно охарактеризовать, как систему отношений добровольного обмена между покупателями то есть потребителями и продавцами выступающие производителями или же предпринимателями.
 В русском языке от слова маркет в конце 19 века, путем присоединения суффикса «–инг» зародилось слово «маркетинг», что означает рыночную деятельность человека, направленную на удовлетворение потребностей, нужд потребителя. Через маркетинг осуществляется прогнозирование потребностей рынка, совершенствование продуктов в этом рынке, формирование уровня цены и стратегии по продвижению этих продуктов. За счёт эффективной маркетинговой деятельности предприятия, организации, фирмы продвигают свою продукцию, увеличивают свою прибыль, становиться более масштабным во всех аспектах своей деятельности. В процессе маркетингового исследования происходит анализ реальных потребностей и желаний, которыми потребители будут заинтересованы. Прогнозирование развития и дальнейшего состояния рынков сбыта данной продукции, формирование стратегии деятельности рынка, интересную рекламу и в соответствии с качеством цена.

Что заложило начало появления супермаркетов и гипермаркетов? Слова супермаркет и гипермаркет, как и маркет являются заимствованными словами. Путем сложения слов «super»+ «market», «hyper»+ «market» появились предприятия торговли, реализующая продовольственные и непродовольственные товары универсального ассортимента в форме самообслуживания. Свое начало супермаркет берет в далекий 19 век. В то время, когда Америка была ещё малоосвоенная, стали возникать города, и окрестности населенных пунктов обрастали ранчо и множеством мелких хозяйств. Исходя становится понятно, что время от времени населению необходимо закупиться всем необходимым, потому что в те времена рабочий день занимал почти целый день. Из-за чего тогда появились первые супермаркеты, во многом напоминающие склады, в ассортимент которых входили не только продукты, но всяческие вещи для быта, а именно гвозди, веревки, инструменты, ткани и др. По мере развития супермаркета в нашей стране появились гипермаркеты, которые отличаются своей масштабностью (площадью от 10 тысяч квадратных метров), огромным ассортиментом товаров как продовольственных, так и непродовольственных. Но есть схожие черты с гипермаркетом- это принцип самообслуживания и принцип разделения на отделы торговли товаров. Гипермаркет создается на основе массового спроса на определенные товары, что привлекает большее количество людей на покупку «всего и сразу». Люди затрачивают меньше времени на посещение данных торговых сетей. Гипермаркеты, супермаркеты постепенно вытесняют розничную торговлю, малый бизнес, магазины и т.д. Ведь по сути супермаркеты есть даже в маленьких городах.

От слова «market» произошли такие слова как «marketing», «marketer», «supermarket», «hypermarket», «market plan», «info marketing» и т.д. На основе аффиксального метода через суффиксы, префиксы, конфинсы, посредством словосложения, сокращения, семантического способа, сращения слов, сложносокращений слов и аббревиатуры эти и другие способы являются методами словообразования.[[4]](#footnote-4) С их помощью от заимствованных слов появляются все больше слов в русском языке, которые отвечают разным сторонам человеческой деятельности, не только экономической, но и социальной и политической сферы.

Использованные источники:

1. Ученые записки Казанского государственного университета, Статья: «Основные способы русского словообразования и их отражение в современной экономической терминологии», Н.А. Фазилова, 2008 год [Эл.Источник]: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-sposoby-russkogo-slovoobrazovaniya-i-ih-otrazhenie-v-sovremennoy-ekonomicheskoy-terminologii

2. http://e/lanbook.com

3. https://www.kazedu.kz/referat/154271/6

1. https://www.kazedu.kz/referat/154271/6 [↑](#footnote-ref-1)
2. Ученые записки Казанского государственного университета, Статья: «Основные способы русского словообразования и их отражение в современной экономической терминологии», Н.А. Фазилова, 2008 год [Эл. Источник]: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-sposoby-russkogo-slovoobrazovaniya-i-ih-otrazhenie-v-sovremennoy-ekonomicheskoy-terminologii [↑](#footnote-ref-2)
3. http://e/lanbook.com [↑](#footnote-ref-3)
4. Ученые записки Казанского государственного университета, Статья: «Основные способы русского словообразования и их отражение в современной экономической терминологии», Н.А. Фазилова, 2008 год [Эл.Источник]: https://cyberleninka.ru/article/n/osnovnye-sposoby-russkogo-slovoobrazovaniya-i-ih-otrazhenie-v-sovremennoy-ekonomicheskoy-terminologii [↑](#footnote-ref-4)