

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**



**МАТЕРІАЛИ**  
**студентської наукової конференції**

*15-16 травня 2023 року*

**Том I**



**Полтава**

### **Редакційна колегія:**

**Олег Горб**, проректор з науково-педагогічної, наукової роботи, доцент;

**Станіслав Ковальчук**, голова Ради молодих вчених, професор кафедри будівництва та професійної освіти, доцент;

**Ілона Яснолоб**, начальник науково-дослідного сектору, доцент кафедри підприємництва і права, доцент;

**Світлана Козина**, завідувач відділу з питань інтелектуальної власності;

**Олександра Біловод**, декан інженерно-технологічного факультету, доцент;

**Людмила Дорогань-Писаренко**, декан факультету обліку та фінансів, професор;

**Сергій Кулинич**, декан факультету ветеринарної медицини, професор;

**Микола Маренич**, директор навчально-наукового інституту агротехнологій, селекції та екології, професор;

**Алла Світлична**, директор навчально-наукового інституту економіки, управління, права та інформаційних технологій, доцент;

**Анатолій Шостя**, декан факультету технології виробництва та переробки продукції тваринництва, старший науковий співробітник;

**Віктор Радочін**, начальник редакційно-видавничого відділу.

Відповідальність за зміст і редакцію матеріалів несуть автори та наукові керівники.

Матеріали студентської наукової конференції Полтавського державного аграрного університету, 15-16 травня 2023 року. Том I. – Полтава: РВВ ПДАУ, 2023. – 206 с.

2) транскрибування чи транслітерація із зазначенням їхнього питомого національного значення — для одиниць безеквівалентної лексики, які перекладаються вперше або не є широко відомими в мові перекладу;

3) виключно описово-експліцитним шляхом, коли сама лише транскрипція слова не дає уявлення про його значення або якщо його звукова оболонка в мові перекладу призводить до небажаної неоднозначності;

4) компонентний переклад з подальшим поясненням — коли такий переклад не розкриває суті явища, відтак потрібне додаткове описове пояснення, часто в примітках;

5) дослівний переклад або калькування — якщо компоненти мовної одиниці досить прозоро вказують на її пряме значення [3, с. 157—167].

Переклад безеквівалентної лексики завжди є мірилом професійної зрілості перекладача, його мовного чуття, його обізнаності з позамовним контекстом як країни, з чієї мови він перекладає, так і країни, для якої він здійснює свій переклад. Навіть якщо певне поняття має тільки приблизний відповідник у мові перекладу, оскільки екстралінгвальна дійсність є зовсім іншою, це не заважає використовувати його як перекладацький еквівалент. Коли ж перекладач переконаний, що іншомовний відповідник занадто приблизно передає суть поняття, а певні важливі в цьому контексті елементи семантичної структури втрачаються, він може вдаватися до одного з вищеперелічених способів перекладу безеквівалентної лексики.

#### **Список використаних джерел:**

1. Тупиця О., Зімакова Л. Безеквівалентна лексика: проблеми визначення. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2012. С. 251–258. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/rsev\\_2012\\_2012\\_34](http://nbuv.gov.ua/UJRN/rsev_2012_2012_34) (дата звернення 07.05.2023).

2. Тупиця О. Явище безеквівалентності в лексичній системі мови: проблеми іншомовного відтворення. *Рідне слово в етнокультурному вимірі*. 2016. С. 200–213. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/rsev\\_2016\\_2016\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/rsev_2016_2016_20) (дата звернення 07.05.2023).

3. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад) = *Theory and Practice of Translation* : Підручник. За ред. О. І. Тереха. Вінниця : Нова книга, 2001. 446 с.

## **ФРАНЧАЙЗИНГ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ**

*І. Є. Євсєєв*  
*ivan.yevseiev@st.pdaa.edu.ua*

*Науковий керівник:*  
*О. В. Єгорова, к. е. н., доц.*

Франчайзинг – це вид співпраці між двома бізнесменами (компаніями), при якому франчайзер (продавець, що є власником ліцензії на товарну марку або бренд) за гроші надає франчайзі (покупцеві) на певний термін право користуватися цим товарним знаком та бізнес-моделі. Тобто франчайзі може продавати під ім'ям бренду франчайзера свою продукцію, а також отримувати

підтримку та допомогу у розвитку бізнесу. Як правило, угода про франчайзинг включає оплату таких платежів як вступні внески, щомісячні комісії, роялті. [1]

Франчайзинг не є новим явищем, але лише в останні десятиліття він почав набирати популярності завдяки інтенсивній глобалізації. Серед відомих компаній, що розвиваються за моделлю франчайзингу в Україні, зокрема, заклади громадського харчування McDonald's, Pizza Celentano Ristorante, Pizza Hut, Mafia, туроператори «Join UP!», Tez Tour, «Поїхали з нами», франшиза сети медичних лабораторій CSD, компанія з доставки поштових відправлень «Нова пошта» та багато інших.

Франчайзер завдяки такій угоді отримує наступні переваги:

1. Швидкий розвиток – це нагода швидко розширити свій бізнес, використовуючи ресурси та знання франчайзі.

2. Розширення ринків – франчайзинг дозволяє швидко розширюватись на нові ринки, де вже є зацікавлені франчайзі з місцевими знаннями та досвідом.

3. Оптимізація витрат, можливість скоротити витрати на відкриття нових підрозділів, оскільки вони покриваються франчайзами.

4. Більш ефективне управління – франчайзер може контролювати свої підрозділи та підтримувати їх ефективність, надаючи франчайзі підтримку та навчання.

5. Можливість передати ризики бізнесу на франчайзі, що може зменшити фінансові ризики для компанії. [1, 2, 3]

А для франчайзі можна виділити такі переваги:

1. Готова бізнес-модель: франчайзі отримує готову бізнес-модель, яку успішно використовує франчайзер. Це дозволяє франчайзі зосередитися на реалізації бізнесу замість витрат часу на пошук оптимальної стратегії.

2. Бренд: франчайзі отримує право використовувати відомий бренд, що дозволяє залучити клієнтів та забезпечити швидкий старт бізнесу.

3. Підтримка: франчайзі отримує підтримку від франчайзера на всіх етапах розвитку бізнесу, включаючи підготовку та надання документації, тренінги для персоналу та консультації з питань ведення бізнесу.

4. Низькі ризики: франчайзі несе менші ризики порівняно з тим, щоб розпочати бізнес з нуля, оскільки він має підтримку франчайзера та використовує вже перевірену бізнес-модель.

5. Легший доступ до фінансування: банки та інші фінансові установи більш готові фінансувати франчайзі, порівняно з абсолютно новим бізнесом.

6. Розширення мережі: франчайзі може розширювати мережу, використовуючи вже наявну бізнес-модель та бренд франчайзера. Це дозволяє франчайзі збільшувати свою прибутковість та ризики. [1, 2, 3]

Отже, франчайзинг став популярним через те, що це дозволяє підприємцям створити власний бізнес з мінімальним ризиком, відповідальністю та зниженими витратами. З одного боку, франчайзери отримують можливість розширити свій бізнес, не витрачаючи значні кошти на відкриття нових філій, а з іншого боку, франчайзі отримують можливість працювати відомим брендом з готовою бізнес-моделлю та підтримкою.

Не дивлячись на всі переваги франчайзингу, слід мати на увазі, що це не панацея ні для франчайзера, ні для франчайзі.

Ця бізнес-модель має наступні недоліки для франчайзера:

1. Велика витрата часу і зусиль: він повинен розробити бізнес-план, процедури та стандарти, навчальні програми та інші ресурси для франчайзі.

2. Значні витрати: розробка вимагає фінансових вкладень в рекламу, маркетинг та інші ресурси для привернення потенційних франчайзі.

3. Втрата контролю: після того, як франчайзі підписав угоду про франчайзинг, він має певний рівень контролю над своїм бізнесом. Франчайзор може втратити частину цього контролю, оскільки франчайзі може вирішувати деякі питання самостійно, а не відповідати франчайзеру.

4. Негативний вплив на бренд: якщо франчайзі не дотримується стандартів франчайзера, це може негативно вплинути на репутацію бренду і знизити продажі.

5. Ризик порушення угоди: якщо франчайзі не виконує своїх обов'язків згідно з угодою про франчайзинг, це може призвести до порушення угоди та відшкодування збитків франчайзеру.

Конкуренція з франчайзі: франчайзі може конкурувати з франчайзером в тих же регіонах, де діє бізнес, що може призвести до зниження продажів та прибутку франчайзера. [1, 2, 3]

Незважаючи на переваги франчайзингу, є деякі недоліки, з якими стикаються франчайзі. Ось деякі з них:

1. Обмежена свобода дій: франчайзі зазвичай повинні дотримуватися певних правил і стандартів, які встановив франчайзер. Це може обмежувати їх свободу дій і призводити до труднощів у вирішенні певних питань.

2. Великі витрати: франчайзі зазвичай повинні платити різні види внесків, включаючи вступні внески, витрати на навчання та підтримку, роялті та рекламні внески. Ці витрати можуть бути значними і призводити до значного зменшення прибутків франчайзі.

3. Залежність від франчайзера: франчайзі залежать від франчайзера у багатьох аспектах, включаючи постачання товарів та послуг, надання навчання та підтримки, розробку маркетингових кампаній тощо. Це може обмежувати їх можливості та зменшувати рівень контролю над власним бізнесом.

4. Ризики: як і будь-який бізнес, франчайзинг не позбавлений ризиків. Франчайзі можуть стикатися з проблемами, такими як зменшення попиту на товари та послуги, зміни законодавства, конкуренція та інші фактори, які можуть негативно вплинути на їх бізнес.

5. Обмежені можливості розвитку: франчайзі зазвичай повинні дотримуватися певних стандартів, що може обмежувати їх можливості розвитку та впливати на їх творчість та ініціативність. [1, 2, 3]

Отже франчайзинг є ефективним способом розвитку бізнесу для франчайзера та франчайзі, але варто зазначити, що це не є універсальним рішенням для всіх. Якщо франчайзер не зможе забезпечити достатньої підтримки та належного контролю над франчайзі, то бізнес може стати менш

ефективним та збитковим. З іншого боку, якщо франчайзі не може дотримуватись правил та стандартів, встановлених франчайзером, то це може призвести до негативного впливу на репутацію бренду та втрати прибутку. Тому важливо, щоб обидві сторони розуміли свої обов'язки та взаємовідносини в рамках угоди франчайзингу та прагнули до спільного успіху.

#### **Список використаних джерел:**

1. Глосарій франчазингу / Федерація розвитку франчайзингу. URL: <http://fdf.org.ua/about-franchise/glossary>.

2. Переваги та недоліки бізнесу з франшизи. Що таке франчайзинг простими словами? / marketer. 13.04.2023 р. URL: <https://marketer.ua/ua/franchise-business-what-is-franchising-in-simple-terms/>.

3. Циб А. С., Лисокобилка І. О. Переваги та недоліки франчайзингу як форми підприємництва. *Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії*, 16-17 квітня 2020 р. Том І. Полтава: РВВ ПДАА, 2020. С. 214-216.

**УДК 657**

### **ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ПРАЦІ І ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

*О. С. Звягольська  
mvt0666@ukr.net*

*Науковий керівник  
М. В. Єрмолаєва, к. е. н., доц.*

Завданням бухгалтерської служби будь якого підприємства або установи є не тільки організація обліку розрахунків за заробітною платою, а й здійснення постійного контролю за дотриманням норм діючого законодавства, що регулює взаємовідносини між працівником і роботодавцем. Внутрішній контроль може здійснюватися як безпосередньо головним бухгалтером, до повноважень якого входить загальне керівництво роботою облікового персоналу, так і окремою посадовою особою, наприклад внутрішнім аудитором.

Досвід облікової роботи на підприємстві свідчить, що ефективніше контроль здійснюється саме внутрішнім аудитором, оскільки це особа, яка одночасно виконує контрольні і консультаційні функції і при необхідності не тільки може виявити допущені помилки, а й надати консультацію щодо їх виправлення не відволікаючи при цьому головного бухгалтера від його поточної діяльності.

Здійснення контрольних процедур умовно можна поділити на три етапи: попередній контроль; поточний контроль; підведення підсумків та надання консультацій.

Під час проведення попереднього контролю перевіряється наявність затверджених правил внутрішнього розпорядку, з'ясовується, чи ознайомлений персонал підприємства з ними, чи доведений режим роботи до кожного