ВІСНИК НАУКИ

ВИПУСК № 31

Міжнародний науковий журнал
https://world-conf.com/journal
Рига, Латвія | Одеса, Україна 2021

ISSN 0236-4115

Міжнародний науковий журнал

«ВІСНИК НАУКИ»

№ 31

(щомісячний науковий журнал)

В журналі висвітлюються актуальні теоретичні та практичні проблеми розвитку науки, територій та суспільства. Представлені наукові досягнення вчених, викладачів, фахівців-практиків, аспірантів, здобувачів, магістрантів та студентів науково-теоретичного, проблемного або науково-практичного характеру.

Призначено для викладачів, аспірантів та студентів, для всіх, хто займається науковими дослідженнями в області інноваційного розвитку науки, територій та суспільства.

Статті, що надходять до редакції, рецензуються, публікуються в авторській редакції.

Автори несуть відповідальність за зміст статей, за достовірність наведених у статті фактів, цитат, статистичних та інших даних, імен, назв та інших відомостей, а також за дотримання законів про інтелектуальну власність.

Думка редакції може не збігатися з думкою авторів матеріалів.

Головний редактор журналу:

РАССКАЗОВА ЛЮБОВ ФЕДОРІВНА

Головний редактор: *Рассказова Любов Федорівна*

Адреса видавця (редакції): *Рига, Латвія*

Операційний офіс: *Одеса, Україна*

https://world-conf.com/journal

ISSN 0236-4115

Дата виходу в світ:

07.11.2021 р.

Періодичне

електронне наукове видання

© Автори статей, 2021.

16+

ЗМІСТ (CONTENT)

ГУМАНІТАРНІ НАУКИ (HUMANITARIAN SCIENCES)

1. Герман Олена Вікторівна, Мігаль Ольга Борисівна
ТВОРЧИЙ ПІДХІД ПРИ ВИКЛАДАННІ ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН
ДЛЯ СТУДЕНТІВ МИСТЕЦЬКИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ.....4-9

2. Чеботар Тетяна Вікторівна
ЛІНГВІСТИЧНИЙ ПОРТРЕТ ПОЛІТИКА-ДЕМАГОГА
(НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕДВИБОРЧИХ ПРОМОВ Д. ТРАМПА 2016-2021 Р.) 10-18

ОРГАНИ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ (AUTHORITIES & HOME RULE)

3. Бєлікова Юлія Валеріївна, Фурсова Дар'я Олексіївна
ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ
СТРАТЕГІЇ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ..... 19-26

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТ (ECONOMIC SCIENCE & MANAGEMENT)

4. Стратілат Юлія Вікторівна
ФОНДОВИЙ РИНОК ТА ЙОГО РОЛЬ В УПРАВЛІННІ КАПІТАЛОМ 27-39

ЮРИДИЧНІ НАУКИ (JURIDICAL SCIENCE)

5. Календюк Ірина Олександрівна, Мельник Альона Олексіївна
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ..... 40-49

ГУМАНІТАРНІ НАУКИ (HUMANITARIAN SCIENCES)

УДК 37.09

Герман Олена Вікторівна
викладач економічних дисциплін
Відокремлений структурний підрозділ «Фаховий коледж мистецтв та дизайну»
Київський національний університет технологій та дизайну
(Київ, Україна)

Мігаль Ольга Борисівна
заступник директора з навчальної роботи
Відокремлений структурний підрозділ «Фаховий коледж мистецтв та дизайну»
Київський національний університет технологій та дизайну
(Київ, Україна)

ТВОРЧИЙ ПІДХІД ПРИ ВИКЛАДАННІ ЕКОНОМІЧНИХ ДИСЦИПЛІН ДЛЯ СТУДЕНТІВ МИСТЕЦЬКИХ СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ

Анотація: *стаття розкриває проблему вивчення економічних дисциплін студентами мистецьких спеціальностей та творчий підхід викладача при їх викладанні у поєднанні різних методик та форм організації освітнього процесу.*

Ключові слова: *економічні дисципліни, компетентність, інформаційно-інноваційні методи, навчальні програми, методи проведення занять, дистанційне та змішане навчання, самостійна робота студента.*

Постановка проблеми полягає у тому, що в умовах модернізації суспільства все більше набуває актуальності володіння знаннями в сфері економіки і серед спеціалістів мистецького напрямку. Актуальним стає завдання

викладача донести до студентів мистецьких спеціальностей економічної інформації в доступному вигляді, у поєднанні теорії та практики.

Формування цілей статті полягає у розгляді та обґрунтуванні доцільності використання творчого підходу при викладанні економічних дисциплін для студентів мистецьких спеціальностей і його впливу на якість професійної підготовки майбутніх фахівців.

Виклад основного матеріалу.

На жаль, сьогодення виявляє небажання та нездатність багатьох студентів, які обрали мистецькі спеціальності, вивчати економічні дисципліни. А от працедавці вимагають від освіти випускати спеціалістів, які не тільки виконають замовлення, а й зможуть його просувати та реалізувати на ринку.

Ринок праці демонструє, що необхідні фахівці, які легко орієнтуються в економічних та фінансових поняттях, знають банківську та податкову сфери, маркетинг та менеджмент. Ці ж вимоги висуваються і до дизайнерів, художників, перукарів та інших фахівців мистецького напрямку.

Більшість студентів мистецьких спеціальностей в майбутньому будуть здійснювати свою професійну діяльність як фізичні особи - підприємці – засновувати фірми з правом найму робочої сили чи працювати одноосібно. Як показало опитування серед студентів фахового коледжу, близько 40% хочуть бути фрілансерами (англ. freelancer – «вільний копійник (художник)») – вільнонаймані особи, які самі шукають собі проєкти. І тут без економічних знань буде важко співпрацювати з роботодавцями, замовниками, державними, банківськими органами та іншими суб’єктами господарювання.

В епоху інформатизації суспільства, кожен педагог має розуміти, що комп’ютер чи електронні пристрої (смартфони, планшети та ін.) повинні бути основним інструментом в його професійній діяльності, які полегшують роботу та збільшують зацікавленість студентів до навчання. Кваліфікований спеціаліст повинен вміти правильно застосовувати інформацію та засоби, що дозволяють швидко її отримувати та обробляти. Саме тому завдання викладача сформувати

у студента вміння здійснювати постановку задач, прогнозувати ситуацію, передбачати її наслідки, аналізувати отримані результати та робити висновки. Адже, компетентність, що формується під час навчання – це здатність майбутнього фахівця успішно задовольняти індивідуальні та суспільні потреби, кваліфіковано виконувати свою роботу [1, 2].

Перехід від індустріального до інформаційного суспільства вимагає і від викладача економічних дисциплін вибирати нові інформаційно-інноваційні методи та форми навчання студентів [3]. Програми, які використовуються у фаховому коледжі, поділяються на:

- навчальні (фото-, відео-, аудіо- та інші візуальні матеріали) – роблять процес навчання більш простим і цікавим з огляду на знання та індивідуальні здібності кожного студента;
- діагностичні (тестові) – призначені для контролю знань, умінь і навичок;
- тренувальні (інтерактивні ігри, тренажери, віртуальна реальність) – призначені для закріплення вивченого матеріалу;
- бази даних – використовуються для збереження інформації;
- інструментальні програмні засоби – забезпечують виконання конкретних операцій, наприклад, робота з текстом, таблицями, графічною інформацією тощо [2].

Викладання економічних дисциплін для студентів мистецьких спеціальностей змусило шукати і переходити до нових найбільш актуальних, ефективних та цікавих методів проведення занять. Пошук інформації здійснюється з практичної діяльності та реального життя: діючі компанії та студії, що працюють в сфері дизайну, дотичні до них бюджетні установи, банківські та страхові організації.

Вивчення проблеми навчання економічним знанням та навичкам студентів дизайну, показало, що роботодавці висувають багато питань та зауважень щодо поведінки майбутніх фахівців на ринках. Так, наприклад, є

проблемою визначення методу ціноутворення на ринку дизайну; формування бізнес-моделі та стратегії; правильне оформлення ти читання фінансових документів та ін. [4] Саме тому на заняттях використовується реальна документація (договори, статути та ін.), що супроводжує роботу дизайнера; вивчаються витрати дизайн-студій, методи ціноутворення на послуги дизайнерів, оподаткування як юридичних осіб, так і фізичних осіб - підприємців; здійснюється планування та прогнозування діяльності. Студенти складають бізнес-плани, що можуть використовуватися в практичній діяльності. Деякі бізнес-плани надаються для розгляду потенційним інвесторам.

На заняттях з економіки застосовуються електронні підручники, презентації, публікації, відеоматеріали, графіки тощо. Особливо актуальним використання електронних інструментів є при дистанційному чи змішаному навчанні. Під час підготовки та проведенні онлайн-занять необхідно дотримуватися чіткості логіки викладання теоретичного матеріалу за допомогою презентацій, схем, таблиць та іншого візуального матеріалу; постановки задач та докладно коментувати приклади та завдання; поставлення проблемних питань та ситуацій; вибору об’єкту дослідження та його ретельне обговорення.

Велика увага при вивченні економічних дисциплін приділяється самостійній роботі студентів. Організація самостійної роботи має такі переваги:

- активізує потенціал студента;
- дозволяє враховувати індивідуальні особливості кожного слухача;
- вчить самостійно приймати рішення та працювати з інформацією;
- забезпечує для конкретного студента свою швидкість та послідовність опрацювання матеріалу;
- формує навички дослідницької та аналітичної діяльності;
- забезпечує можливість самоконтролю;
- заощаджує час, необхідний для вивчення курсу в аудиторії [2].

При підготовці та виконанні практичних і дослідницьких робіт студентами, педагог повинен виступати в ролі консультанта-координатора,

допомагаючи розкрити їхній потенціал та знання. Викладачі фахового коледжу на практичних заняттях з економіки часто використовують вміння студентів працювати у команді, особливо при вирішенні проблемних задач. Симуляція та моделювання конкретних економічних ситуацій дозволяє активізувати практичне мислення та творчих підхід слухачів.

Популярністю серед студентів користується дослідження ринку дизайну за видами з економічної точки зору. Так, студентами вивчався ринок графічного, предметного дизайну та дизайну інтер'єра: учасники ринку (замовники та дизайн-студії), види послуг, оподаткування бізнесу в сфері дизайну, освітні заклади, де навчають мистецьким спеціальностям тощо. За результатами досліджень студентами були розроблені електронні презентації. Всі матеріали використовуються на конференціях, семінарах та під час навчання.

Ще одним з варіантів творчого підходу при вивченні економічних дисциплін є діяльність економічного гуртка, де студенти мають змогу дізнатися про економічну діяльність та життя відомих творчих людей, наприклад, де працювали, як і скільки заробляли, в тому числі мистецтвом, куди витрачали свої доходи та багато іншого.

Як **висновок**, можна зазначити, що існує багато альтернативних методів навчання, використання яких зацікавить студентів, розкриє їх потенціал та покаже ефективність засвоєння матеріалу в рази.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

Косенко Т.І. Інформаційні технології навчання: навчальний посібник. – К.: Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, 2011. - 184с.

Солдатенко О.В. Використання сучасних інформаційних технологій при викладанні дисципліни «Автомобіль». Випускна робота. 2021. – 23с. https://naurok.com.ua/vikoristannya-suchasnih-informaciynih-tehnologiy-pri-vikladanni-disciplini-avtomobili-214316.html

Шатохіна В.І., Кузь О.Г. Інноваційні підходи при викладанні дисциплін економічного напряму: збірник науково-методичних праць Таврійського державного агротехнологічного

університету. [Електронне видання]. http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/4073/1/31-188-193.pdf

Стан розвитку дизайну в Україні (на прикладі графічного та предметного дизайну): звіт за результатами дослідження. – Львів: Business Hub, 2019. – 81с. https://uaculture.org/wp-content/uploads/2020/01/232708_analitychnyj-zvit_monitoryng-rozvytku-dyzajnu-v-ukrayini.pdf

Herman Olena Viktorivna

Economics Teacher

A separate structural unit "Professional College of Art and Design

Kyiv National University of Technologies and Design "

(Kyiv, Ukraine)

Migal Olga Borysivna

Deputy Director for Academic Affairs

A separate structural unit "Professional College of Art and Design

Kyiv National University of Technologies and Design"

(Kyiv, Ukraine)

CREATIVE APPROACH IN ECONOMIC DISCIPLINES TEACHING FOR STUDENTS OF ART SPECIALTIES

Abstract: *the article reveals the problem of art`s specialty students studying the economic disciplines and the teacher`s creative approach. It considered with a combination of different methods and forms of organization during educational process.*

Key words: *economic disciplines, competence, information-innovative methods, educational programs, educational methods, distance and blended learning, student`s independent work.*

УДК 811.111’429

Чеботар Тетяна Вікторівна
кандидат філологічних наук, асистент
Інститут журналістики
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
(Україна, Київ)

ЛІНГВІСТИЧНИЙ ПОРТРЕТ ПОЛІТИКА-ДЕМАГОГА (НА МАТЕРІАЛІ ПЕРЕДВИБОРЧИХ ПРОМОВ Д. ТРАМПА 2016-2021 Р.)

***Анотація**: у статті проаналізовано особливості реалізації стратегії демагогії у передвиборчій риториці Дональда Трампа у 2016-2021 р., яка найбільше демонструє інтенцію боротьби політика за електоральну підтримку. Було описано основні стратегії демагогії у дискурсі Д. Трампа, а саме популізм, вербальні маніпуляції та підкреслено розважальний характер публічних виступів (фасцинація або шоунізація дискурсу). Найпоширенішими мовленнєвими тактиками для реалізації стратегії популізму є тактика пустих обіцянок та неправди. Стратегія маніпуляції реалізується за допомогою вербальної агресії, інвективності дискурсу, використання вульгарної і табуйованої лексики, спрощення дискурсу (використання еліптичних речень), а також стратегії суб’єктивації, пов’язаної з гіперболізовано-позитивною самопрезентацією у дискурсі Д. Трампа.*

***Ключові слова**: демагогія, політичний дискурс, маніпуляція, фасцинація, популізм, вербальна агресія.*

Вступ. Сучасний політичний дискурс вирізняється широким спектром стратегій впливу на електорат. Однією з таких є *демагогія* (від лат. «веду народ», «керівництво народом»), яку визначають як специфічу стратегію політичного дискурсу, за допомогою якої здійснюється цілеспрямований вплив на електорат шляхом апелювання до почуттів, інстинктів та упереджень задля формування у виборців необхідних політичних поглядів і вподобань [5: 35]. Слід зазначити, що у сучасній політиці без прийомів демагогічної комунікації не обходиться жоден

політичний лідер, тож у політичній боротьбі нерідко використовуються такі демагогічні прийоми, як апеляція до забобонів, неправдиві обіцянки, лестощі, експлуатація інстинктів масового виборця тощо.

Поняття "демагогія" набуло яскраво вираженої негативної конотації, адже його асоціюють із нечесним способом здобуття популярності серед електорату, передусім через спекуляцію на почуттях та маніпулювання фактами. Наслідком демагогії стає впровадження в суспільну свідомість хибних уявлень про справжній стан речей у суспільстві, адже заяви політика-демагога часто не містять конструктивних пропозицій. Так, американський історик Рейнгард Лутгін визначає демагога як «вправного в ораторстві, лестощах та образах, що уникає обговорення важливих питань; обіцяє всім все; апелює до емоцій, а не до розуму; експлуатує расові, релігійні та класові упередження. Це людина, жадання влади якої змушує її стати повелителем мас» [2].

Передвиборча риторика найбільше демонструє інтенцію боротьби за владу. Вона спрямована на перемогу та самоствердження в процесі спілкування-боротьби і охоплює різні прояви агресивності, де учасники комунікації свідомо загострюють ситуацію, застосовуючи інвективи та прояви зневаги [3: 84]. *Метою* цієї статті є встановлення мовленнєвих особливостей стратегії демагогії у передвиборчому дискурсі Д. Трампа (2016-2021 р.). *Об'єктом* дослідження постає стратегія демагогії та її локальні стратегії (тактики), які досліджуються на *предмет* мовних і мовленнєвих проявів у політичному дискурсі Д. Трампа. *Актуальність* дослідження випливає з важливості розуміння маніпулятивної природи сучасного політичного дискурсу, зокрема й маніпулятивного потенціалу політичної демагогії, та браку лінгвістичних розвідок демагогії як стратегії політичного дискурсу на англомовному матеріалі.

Виклад основного матеріалу. За свою президентську каденцію Дональд Трамп кардинально змінив традиційний американський президентський дискурс, відзначившись порушеннями усталених правил та норм політкоректності та здобувши репутацію майстра політичної демагогії [6]. Це підтверджують численні

заголовки статей американських видань, наприклад: *The supreme American demagogue; Demagogue for president; Digital demagogue; A corrupt populist demagogue; The most demagogic candidate.* Дослідниця А. Хамаршех виокремлює п'ять локальних стратегій демагогії, притаманних американському політичному дискурсу, а саме: популізм, маніпуляція, фасцинація, суб'єктивація та спрощення інформації [5: 35]. Розглянемо, яким чином вони маніфестуються у дискурсі Д. Трампа.

Найпоширенішими мовленнєвими стратегіями (тактиками), які Д. Трамп вживає для реалізації стратегії популізму, є тактика пустих обіцянок та неправди. Тактика пустих обіцянок, зокрема, дозволяє політику усталити серед виборців думку про те, що всі їхні проблеми буде усунено, а всі обіцянки буде якнайшвидше виконано. Стратегія популізму апелює до прагнень громадян жити у мирі та безпеці і мати при владі справедливого політика, який буде забезпечувати задоволення їхніх потреб. Тож політик стверджує про боротьбу за права і свободи простих людей та звертається до народу з обіцянками кращого життя: *Together, we will lead our party back to the White House, and we will lead our country back to safety, prosperity, and peace* (Trump 2016). Тактика пустих обіцянок реалізується, зокрема, за допомогою абстрактних іменників з позитивним значенням (happiness, safety, prosperity, peace тощо), вживання політичних афективів (*terror, enemy, dictarotship, disaster*) та семантично «пустої» лексики.

Задля завоювання підтримки електорату політик-демагог використовує стратегію маніпуляції, яка полягає у перекрученні фактів, або ж брехні, спрямованої на дискредитацію опонентів або на позитивну самопрезентацію. Маніпулятивними тактиками у дискурсі слід також вважати недомовки, перебільшення, створення преференційної невизначеності. О.В. Сергеєва виокремлює такі маніпулятивні демагогічні прийоми: необґрунтовані твердження та обіцянки; видавання бажаного за дійсне; узагальнені висловлювання, не підкріплені фактами, некоректний причиново-наслідковий звязок, вибір

тенденціозного найменування, тобто вигідного для демагога слова, створення дихотомічної картини світу за допомогою образу “свого” та “чужого” [1].

Маркером стратегії маніпуляції у дискурсі Д. Трампа є емоційно-експресивна лексика, передусім з гіперболізовано-негативною семантикою, наприклад: *our really horrendous, one-way street; horrible trade deals; disastrous Iran deal; the worst laws*. Дискурс політика-демагога, сповнений негативно-забарвлених лексичних одиниць, націлений на створення песимістичного світовідчуття в аудиторії та сприяє виникненню в електорату почуття страху: *It is a dangerous world, more dangerous now than it has ever been* (Trump, 2016). Наведемо приклад використання політиком риторики залякування з метою дискредитації свого опонента Дж. Байдена: *No religion. No anything. [Joe Biden will] hurt the Bible, hurt God.* (Trump 2020). Думка про те, що в разі обрання президентом Дж. Байден зашкодить релігії, Біблії та богу, очевидно, є маніпулятивним та необгрунтованим твердженням політика.

Отже, за допомогою лексем із загальною семантикою “загроза” та “ворог” імплікується твердження про небезпеку, яка загрожує життю чи цінностям американців, при цьому навіюється думка, що лише Д. Трамп зможе їй зарадити (суб’єктивація): *They have given you nothing. I will give you everything. I will give you what you’ve been looking for 50 years. I’m the only one.* (Trump, 2016). Формулювання *I’m the only one* ілюструє егоцентричність як характерну особливість риторики Д. Трампа та демонструє реалізацію стратегії суб’єктивації.

Користуючись необізнаністю виборців у деяких питаннях політик-демагог може використовувати правдоподібну інформацію, у яку вплітає неточну або неправдиву, за рахунок чого досягається маніпулятивний ефект. Так, президент Трамп з легкістю пропонував виборцям недостовірну інформацію, вигадуючи факти своєї біографії: *12 years ago I was named Man of the year of Michigan* (Trump 2018) або пропонуючи виборцям інформацію, що не відповідає дійсності: *I gave you the biggest tax cut in the history of our country* (Trump 2020). Метою тактики неправди

у дискурсі Д. Трампа виступає позитивна самопрезентація та покращення власного іміджу задля збільшення електоральної підтримки.

Звертає на себе увагу застосування Д. Трампом риторичного прийому параліпсису, тобто озвучення певних тверджень у дискурсі та їх одночасне спростування, наприклад: 1) *Why would Kim Jong-un insult me by calling me "old," when I would NEVER call him "short and fat"?* (Trump 2017); 2) *I don't bring [Vince Foster's death] up because I don't know enough to really discuss it. I will say there are people who continue to bring it up because they think it was absolutely a murder. I don't do that because I don't think it's fair* (Trump 2016). За допомогою параліпсису нав'язується імпліцитна критика опонентів або доносяться певні меседжі до виборців, тобто реалізується маніпулятивний вплив.

Важливою характеристикою стилю політичного лідерства Д. Трампа є схильність до театралізації/драматизації дискурсу, про що свідчить медійна номінація *the Greatest Showman* на адресу екс-президента [www.thetimes.co.uk]. Як видається, розважальна мета нерідко переважала інформативну складову у виступах політика. Цьому сприяє передусім розмовний стиль промов Д. Трампа (*conversational style*), де значна частина реплік є імпровізаціями, які можуть не вирізнятися послідовністю чи доречністю (*unrehearsed style; off-the-cuff style*).

"Шоунізація" дискурсу Д. Трампа тісно пов'язана зі стратегією *фасцинації* [4; 5], яку визначають як «здатність демонстративного комунікативного сигналу або навіть природного явища приковувати увагу, викликати підвищений інтерес, подив, радість, захоплення, захват, симпатію, зачарування, шок, переляк, екстаз, оминаючи або відключаючи будь-яке логіко-вербальне пояснення, інтелектуальне аргументування і тим більше критику» [5: 9]. Так, під час промови, присвяченої критиці політики відкритих кордонів адміністрації Б. Обами, Д. Трамп запрошував на сцену матерів жертв нелегальних імігрантів, характеризуючи їх як *the victims of the Obama-Clinton open-border policy*, що відчутно нагадувало драматизоване дійство. Крім того, звертаючись до матерів, чиї діти стали жертвами імігрантів-

мусульман, політик використав номінацію *angel moms*, інтенсифікуючи емоційний ефект в аудиторії.

Для політика-демагога важливо бути «своїм» для народу. З цією метою використовується тактика вульгаризації, яка дозволяє реалізувати стратегії популізму та фасцинації. Примітними, наприклад, є форми звертання Д. Трампа до виборців у розмовному стилі (*folks* та *guys*). Вульгаризми, сленг та просторіччя у публічному дискурсі політика одразу привертають увагу: 1) *She got schlonged, she lost, I mean she lost.* (Trump 2016); 2) *Look at that face! Would anyone vote for that?* (Trump 2016). Крім того, значний суспільний резонанс спричинило використання обсценної лексики Д. Трампом у передвиборчій боротьбі, що є нетиповою рисою політичного дискурсу. Мова йде про метафори й порівняння з натуралістичними, або ж табуйованими семантичними компонентами, як-от, лексемами *rape, blood*, за допомогою яких реалізується стратегія фасцинації*: 1) We can't continue to allow China to rape our country and that's what they're doing. … It's a rape of our country.* (Trump, 2016); 2) *You could see blood coming out of her eyes* (Trump 2016).

Типовою рисою дискурсу Д. Трампа є використання тактики звинувачення опонентів, що дозволяє реалізувати стратегії фасцинації та маніпуляції. Передвиборча риторика Д. Трампа 2015-2016 років демонструвала експліцитну вербальну агресію та інвективність, за що мас-медіа охарактеризували новообраного президента Трампа як «Генератора Образ» (*Insult Generator*) [www.time.com], «Великого кривдника» (*The Great Insulter*) та «кривдника рівних можливостей» (*equal opportunity insulter*) [www.euronews.com] за його сексистську риторику. Д. Трамп переходив на особистості, вживав образливі характеристики у коментарях у Твітері, адресованих його опонентам, наприклад: *Wacky, "a Do Nothing", crazy, incompetent, a third-rate politician, a hater, dumb/dummy, a dope/a dopy, weak, bad, sad, a liar, a loser, biased, disaster, a clown, a disgrace, overrated, stupid, a fraud*. Найчастотнішим образливим коментарем Д. Трампа у Твітері виявився «невдаха», «слабак» (*failing*), яке зустрічається щонайменше 66 разів у його повідомленнях.

Вербальна агресія у дискурсі Д. Трампа, як складова стратегії фасцинації, реалізується передусім у створенні політичних прізвиськ (*name-calling*) та навішуванні образливих ярликів (*labelling*) своїм опонентам, як-от *Lyin' Ted Cruz, Low-Energy Jeb Bush, Crazy Bernie Sanders, Goofy Elizabeth Warren, 'Pathological' Ben Carson, Crooked Hillary Clinton*. Характерними для дискурсу Д. Трампа також є "персоналізовані" метафоричні оцінні словосполучення, які негативно характеризують політичних опонентів (argument ad hominem): *The last thing we need is Hillary Clinton in the White House or an extension of the Obama disaster* (Trump, 2016).

Тактика знаходження «цапів-відбувайлів» (*scapegoating*) використовується у рамках стратегії спрощення інформації. Ця тактика пропонує просте рішення щодо пошуку винних у всіх проблемах виборців, як-от, нелегальні іммігранти або президент Обама: 1) *Year after year countless Americans are murdered by criminal illegal aliens* (Trump 2017). 2) *He has been a disaster as a president. He will go down as one of the worst presidents in the history of our country. It is a mess* (Trump 2016). Тактика спрощення інформації також реалізується за допомогою еліптичних речень, властивих Д. Трампу. Так, відомими еліптичними конструкціями Д. Трампа є *Sad. Bad. Fake news. Big mistake. Believe me*, що мають виражений маніпулятивний потенціал завдяки лаконічній формі та повторюваності у дискурсі політика.

Висновки. Політична демагогія є стратегією політичного дискурсу, пов'язаною із здобуттям популярності за допомогою емоцій, упереджень та маніпуляції інформацією. Політичний успіх Дональда Трампа нерідко пов'язують з ефективним використанням демагогічних прийомів, спрямованих на розширення власного електорату. Демагогія Д. Трампа базується на популізмі, вербальних маніпуляціях, шоунізації дискурсу (акцент на розважальній складовій), яка реалізується за допомогою вербальної агресії, інвективності дискурсу, використання вульгарної і табуйованої лексики, а також спрощенні дискурсу (використання еліптичних конструкцій) і стратегії суб'єктивації, проявом якої виступає частотне вживання особового займенника *I* у дискурсі політика.

Перспективними вважаємо подальші лінгвістичні дослідження стратегій демагогії, популізму та маніпуляції, а також їхнє співвідношення в англомовному політичному дискурсі.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

Андрюхина Н.В., Четаева М.А. (2017). Демагогия как манипулятивная тактика в англоязычных политических текстах. [Електронний ресурс]. https://sfk-mn.ru/06sfk417.html

Популізм. Історія питання. [Електронний ресурс]. https://uchoose.info/populizm-istoriya-pytannya/

Карасик В.И. (2002). Язык социального статуса: (Социолингвистический аспект. Прагмалингвистический аспект. Лингвосемантический аспект.). - М.: Гнозис. – 330 с. Соковнин В. М. Фасцинация как наука // Фасцинология. 2003. Вып. 1. С. 9–14. 5.

Хамаршех А. Ш. (2019). Стратегія демагогії у подячній промові Дональда Трампа. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Випуск 90.

Mercieca (2020). Demagogue for president. The rhetorical genius of Donald Trump. Texas A&M University Press. 320 p.

Chebotar Tetyana Viktorivna
PhD in Philology, assistant professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Institute of Journalism,
(Kyiv, Ukraine)

LINGUISTIC PORTRAIT OF A POLITICAL DEMAGOGUE (BASED ON ELECTORAL SPEECHES OF D. TRUMP IN 2016-2021)

***Abstract**: the article analyzes the implementation of demagoguery strategy in Donald Trump's election rhetoric in 2016-2021, which best demonstrates the politician's intention to fight for electoral support. The main strategies of demagoguery in Trump's discourse were described, namely populism, verbal manipulations and the entertaining nature of his public speeches (known as fascination or showization of discourse). The most common speech tactics for implementing the strategy of populism are the tactics of empty promises and lies. The strategy of manipulation is realized through verbal aggression, invective discourse, use of vulgar and taboo vocabulary, simplification of discourse (use of elliptical sentences), as well as the strategy of subjectivation associated with hyperbolized-positive self-presentation in Trump's discourse.*

***Keywords**: demagoguery, political discourse, manipulation, fascination, populism, verbal aggression.*

ОРГАНИ ВЛАДИ ТА МІСЦЕВЕ САМОВРЯДУВАННЯ

(AUTHORITIES & HOME RULE)

УДК 352

Бєлікова Юлія Валеріївна
кандидат соціологічний наук,
доцент кафедри управління соціальними комунікаціями
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця
(Харків, Україна)

Фурсова Дар'я Олексіївна
студентка факультету міжнародних відносин і журналістики
Харківського національного економічного університету ім. С. Кузнеця
(Харків, Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ОРГАНІВ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Анотація: *у роботі надано визначення поняття комунікаційна стратегія органу місцевого самоврядування, охарактеризовано основні особливості розробки комунікаційної стратегії органів місцевого самоврядування.*

Ключові слова*: комунікаційна стратегія, органи місцевого самоврядування, канали комунікації, комунікативна діяльність.*

Стратегічний підхід до комунікації в управлінській діяльності є запорукою злагодженої роботи та розвитку. Комунікаційні процеси в органах місцевого самоврядування (далі – ОМС) в рамках взаємодії у системі «влада – громада» полягають у налагодженні порядку скоординованого і дієвого використання комунікаційних процесів муніципалітету для підвищення рівня довіри та сприяння ефективній діяльності органу місцевого самоврядування.

Вивчена, детально прописана та цілеспрямована комунікаційна політика органу місцевого самоврядування має стати дієвим інструментом, який підвищить рівень надання послуг та забезпечить ефективне та раціональне використання ресурсів, сприятиме відкритості місцевої влади, що в свою чергу підвищить рівень довіри мешканців територіальної громади. Кожен орган місцевого самоврядування в України приходить до етапу ініціювання створення відповідного документу – дорожньої карти комунікаційної діяльності ОМС, який потрібен для регламенту процесу обміну інформації. Таким документом є Комунікаційна стратегія сільської/селищної/міської ради.

Питання комунікаційної взаємодії між органом місцевого самоврядування та територіальною громадою є досить актуальним, проте й доволі пропрацьованим у контексті вивчення соціальних комунікацій вцілому, та у сфері публічного управління зокрема. У ряді наукових досліджень розглядаються питання розвитку та налагодження комунікаційних процесів – в координаті компетенцій органів місцевого самоврядування (система взаємодії «влада – громада»). Окремі аспекти розробки комунікаційної стратегії органів місцевого самоврядування розглядалися у роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, зокрема К. Лозовської [1], Д. Коника [2], В. Пісоцького [3], М. Побережної [4], О. Овсяннікової [5], К. Торсона [6] та інших. Проте реалії, в яких функціонують органи місцевого самоврядування вимагають від них якісно нового, комплексного підходу до організації своєї комунікаційної діяльності, передусім – розробки комунікаційної стратегії.

У сучасній науковій думці запропоновано різноманітні підходи до трактування поняття «комунікаційна стратегія».

О. Овсяннікова [5], М. Побережна [4], К. Торсон [6], у своїх роботах розглядають поняття комунікаційної стратегії через призму системного підходу: як комплексну систему взаємодій організації із зовнішнім середовищем з метою досягнення певних цілей.

О. Іссер трактує комунікаційну стратегію як розроблені відповідно до цілі взаємодії правила, оргресурси і послідовність комунікативних дій, яких дотримується учасник комунікації [7].

Через призму правового підходу, комунікаційну стратегію ОМС можемо визначити як документ, розроблений та прийнятий відповідним органом місцевого самоврядування, який регламентує основні цілі комунікації у системі «влада – громада» та шляхи їх досягнення.

Узагальнивши вищенаведені дефініції, пропонуємо визначити *комунікаційну стратегію органу місцевого самоврядування* як документ, розроблений та затверджений відповідним ОМС, що являє собою комплексний план, який визначає стратегічні цілі комунікаційної діяльності відповідного органу, а також заходи, строки та індикатори ефективності їх реалізації з метою досягнення поставлених стратегічних цілей.

Розробка та впровадження комунікаційної стратегії має базуватися на ряді основних принципів, зокрема:

– узгодженості – комунікаційна стратегія має базуватися на головному стратегічному документі органу місцевого самоврядування – Стратегії розвитку територіальної громади, адже це сприятиме досягненню цілей та завдань програм та проектів, що реалізуються на території громади;

– відкритості – комунікація має бути відкритою та зрозумілою, зі сформульованими ідеями, які дозволять налагодити активний діалог між стейкхолдерами та бенефіціарами;

– гнучкості – під час впровадження Комунікаційної стратегії існує можливість внесення змін до Плану дій у відповідності з результатами виконаних заходів за певний період;

– структурованість – усі заходи впроваджуються за розробленою схемою, при чому новий захід залежить безпосередньо від результатів попереднього;

– розмежованість – у розробці та впровадженні Комунікаційної стратегії та Плану її реалізації на певний період мають бути задіяні профільні відділи виконавчих органів місцевої ради, це допоможе урахувати специфіку та потреби різних цільових аудиторій;

– вимірюваність – моніторинг та оцінка результатів впроваджених заходів має здійснюватися після закінчення проведення комунікаційних кампаній ОМС, кожні півроку, а також в кінці всього періоду реалізації комунікаційної стратегії;

– обґрунтованість – всі дії в рамках комунікаційної стратегії необхідно покладати на статистичні данні, результати соціальних досліджень, наприклад вибір каналів комунікації ОМС з цільовою аудиторію.

Загальною місією імплементації комунікаційної стратегії органами місцевого самоврядування є встановлення відносин повної довіри між відповідним органом та мешканцями територіальної громади в інтересах загального успіху та розвитку громади.

Першим етапом розробки комунікаційної стратегії є дослідження проблематики комунікаційних викликів органу місцевого самоврядування – глибинний аналіз наявних комунікацій муніципалітету.

По-перше, необхідно проаналізувати канали комунікації, що передбачає вивчення наявних електронних засобів комунікації: електронна пошта, офіційний сайт місцевої ради, сторінки у соціальних мережах, тощо. Також необхідно провести аналіз поліграфічної та друкованої продукції, інформаційних носіїв та міжособистісної взаємодії.

По-друге, комплексне вивчення проблематики комунікаційних викликів органу місцевого самоврядування – проведення SWOT-аналізу комунікацій місцевої ради та її виконавчих органів. Опрацювання отриманих результатів з визначним вектором роботи лягає в основу Плану реалізації комунікаційної стратегії.

По-третє, визначення зовнішніх стейкхолдерів органу місцевого самоврядування (рис. 1).

Другим етапом є визначення місії, тобто високого призначення – відповідальної ролі, яку надає собі орган місцевого самоврядування в суспільстві для задоволення потреб цільової аудиторії. Це розуміння формує структуру цілей, узгоджених зі стратегією розвитку територіальної громади, адже комунікація розглядається не окремо від загальної стратегії, а як невід'ємна частина та запорука її реалізації. В документі виокремлюються стратегічні, операційні, комунікаційні цілі та завдання.

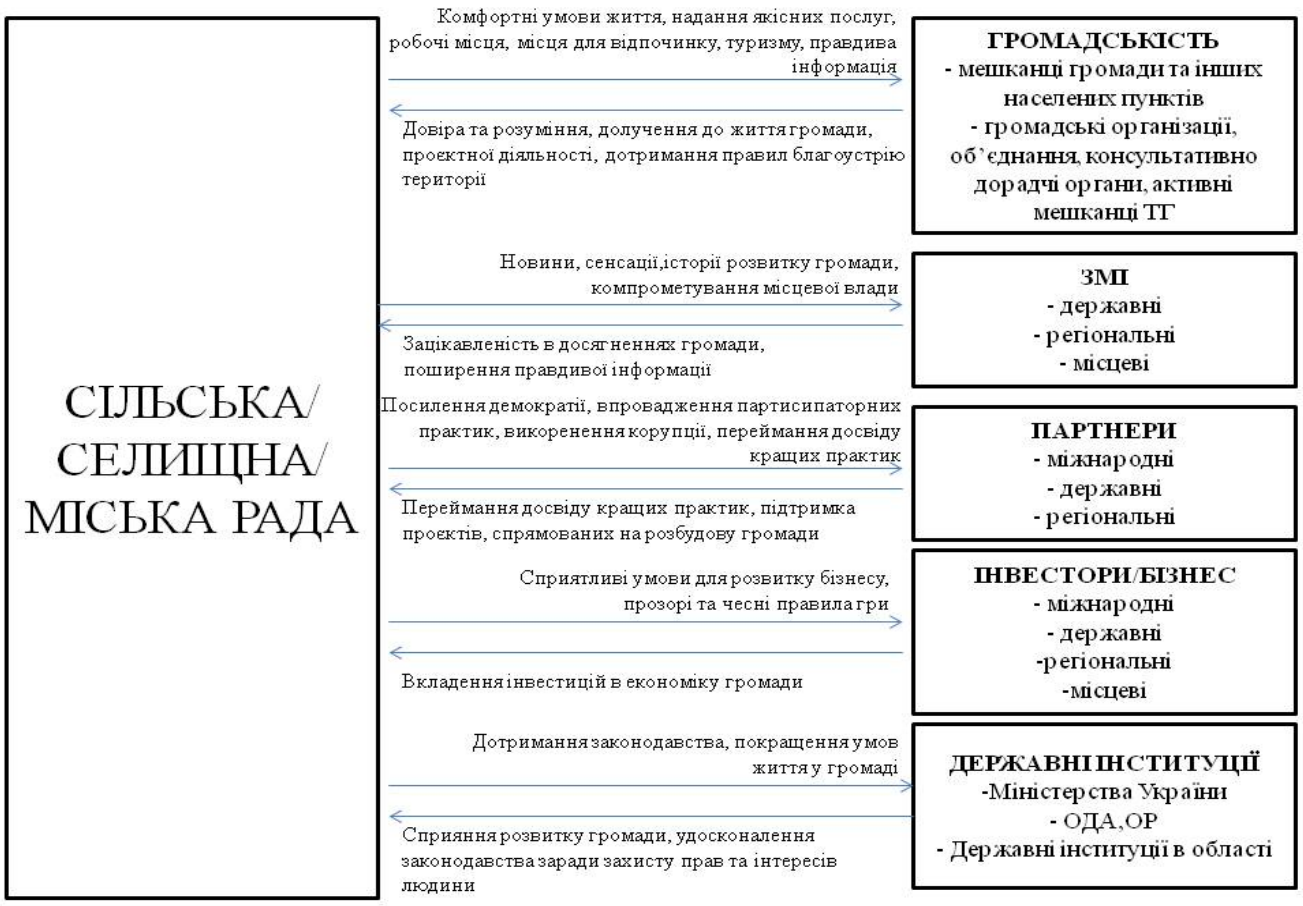

Рисунок 1. Загальна модель очікувань зовнішніх стейкхолдерів

Другим етапом є визначення місії, тобто високого призначення – відповідальної ролі, яку надає собі орган місцевого самоврядування в суспільстві для задоволення потреб цільової аудиторії. Це розуміння формує структуру

цілей, узгоджених зі стратегією розвитку територіальної громади, адже комунікація розглядається не окремо від загальної стратегії, а як невід'ємна частина та запорука її реалізації. В документі виокремлюються стратегічні, операційні, комунікаційні цілі та завдання.

Третій етап розробки комунікаційної стратегії – план реалізації на чітко визначений період зі строками реалізації та відповідальними відділами місцевої ради.

Четвертим етапом є імплементація комунікаційної стратегії органу місцевого самоврядування, з дотриманням визначених цілей та заходів. На цьому етапі важливо правильно організувати контроль за виконанням з метою корегування відхилень під час реалізації.

П'ятим етапом – є оцінювання рівня ефективності впровадження кожного пункту стратегії за зазначеними у стратегії критеріями.

Таким чином, комунікаційну стратегію органу місцевого самоврядування пропонуємо визначити як документ, розроблений та затверджений відповідним ОМС, що являє собою комплексний план, який визначає стратегічні цілі комунікаційної діяльності відповідного органу, а також заходи, строки та індикатори ефективності їх реалізації з метою досягнення поставлених стратегічних цілей.

Комунікаційна стратегія розроблена на основі комплексного підходу до дослідженні комунікаційних викликів органу місцевого самоврядування та впроваджена за стандартами прозорості та розмежованості, стане дорожньою картою місцевої ради у налагодженні комунікаційних процесів системи «влада-громада» та підвищення рівня довіри мешканців територіальної громади.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

Лозовська К. С. Комунікаційні стратегії як інструмент налагодження ефективної взаємодії органів місцевого самоврядування і суспільства. Публічне управління та митне адміністрування. 2019. № 3 (22). С. 203 – 211.

Коник Д. Стратегічні комунікації: посібник для державних службовців. Київ : ТОВ “ОБНОВА КОМПАНІЇ”, 2016. 256 с.

Пісоцький В. Використання соціальних мереж як напрям модернізації інформаційно-комунікативного забезпечення суб’єктів місцевого самоврядування в Україні. *Новітні інформаційно-комунікаційні технології в модернізації публічного управління: зарубіжний і вітчизняний досвід: матеріали наук.-практ. семінару, 19 квітня 2013 р., м. Дніпропетровськ.* Дніпропетровськ 2013, с. 104.

Побережна М.П. Комунікаційні стратегії забезпечення стратегічного розвитку підприємств хлібопекарсь кої галузі: автореф. дис. канд. економ. наук. Київ, 2014. URL: http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/19033/1/Poberezhna%20aref%202003.pdf.

Овсянікова О. Комунікаційна стратегія судової влади: поняття, цілі, основні напрями реалізації. Вісник Запорізького національного університету. 2015. № 1. С. 23—29.

Kjerstin Thorson. Strategic Communication. Oxford Bibliographies. 2018. URL: https://www.oxfordbibliographies.com/view/document/obo9780199756841/obo9780199756841000 7.xml#obo9780199756841000 7bibItem0002

Соціологічна енциклопедія / укладач В. Городяненко. Київ : Академвидав, 2008. 364 с.

Belikova Julia Valerievna
candidate of sociological sciences,
Associate Professor of Social Communications Management
Kharkiv National Economic University named after S. Kuznets
(Kharkiv, Ukraine)

Fursova Darya Oleksiivna,
a student of the Faculty of International Relations and Journalism of Kharkiv National University of Economics. S. Kuznets
(Kharkiv, Ukraine)

THEORETICAL FUNDAMENTALS OF DEVELOPMENT OF COMMUNICATION STRATEGY OF LOCAL SELF-GOVERNMENT BODIES

Abstract: *in the work the definition of the concept of communication strategy of local self-government is given.*

Keywords: *communication strategy, local self-government bodies, communication channels, communicative activity.*

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТ

(ECONOMIC SCIENCE & MANAGEMENT)

УДК 33

Стратілат Юлія Вікторівна

студентка кафедри економіки та сфери обслуговування

Київський національний університет технологій та дизайну

(Київ, Україна)

ФОНДОВИЙ РИНОК ТА ЙОГО РОЛЬ В УПРАВЛІННІ КАПІТАЛОМ

***Анотація**: досліджено особливості управління корпоративним капіталом з урахуванням концепції життєв ого цикл у корпорацій. Визначено особливості структури корпоративного капіталу на кожному етапі життєвого цикл у корпорації, виходячи із особливостей змісту етапу. Установлено, що ефективна система управління корпоративним капіталом на кожному етапі життєвого цикл у розвитку підприємства дозволяє враховувати інтереси всіх зацікавлених сторін: власників, професійних менеджерів, інвесторів і працівників.*

***Ключові слова**: корпоративний капітал, структура корпоративного капіталу, життєвий цикл корпорації, елементи корпоративного капіталу.*

Фондовий ринок – важлива складова частина соціально орієнтованої економіки, що сприяє оздоровленню та зміцненню фінансової системи країни, створенню необхідних фінансових резервів, залученню вітчизняного й іноземного капіталу, вільному та ефективному переливу фінансових коштів із малорентабельних галузей і регіонів у високорентабельні, а також із сегментів ринку, де є надлишок капіталу, в сегменти, де відчувається його нестача. У зв’язку з цим виникає неабияка потреба в глибокому, обґрунтованому вивченні тих процесів, які пов’язані з розвитком перетворень, що відбуваються під час здійснення підприємством діяльності на фондовому ринку.

Дослідженням питань формування, розвитку та вдосконалення діяльності на фондовому ринку займалися зарубіжні й вітчизняні дослідники: М. Алєксєєв, Б. Альохін, В. Балабанов, В. Беренс, М. Берзон, И. Бланк, Є. Брігкем, Л. Дж. Гитман, М. Джонк, Е. Жуков, В. Колесник, Ю. Лисенков, О. Мендрул, Л. Мертенс, О. Мозговий, Д. Норткотт та багато ін., які у своїх працях розглядали окремі аспекти функціонування підприємств на фондовому ринку. Незважаючи на значні здобутки в дослідженні проблем у цій галузі, ряд питань необхідно уточнити. Зокрема, потребує вивчення і теоретичного осмислення механізм функціонування підприємств на фондовому ринку; є нагальна необхідність вироблення практичних рекомендацій щодо вдосконалення методики ефективного функціонування акціонерних товариств.

Актуальність теми роботи полягає в тому, що розвиток ринку цінних паперів є індикатором лібералізації економіки та успішного проведення ринкових реформ, створює важливий компонент сучасного механізму економічного регулювання, надає економіці певної гнучкості й мобільності, забезпечуючи можливість швидкого переливу ресурсів із одних галузей в інші та здійснення структурної перебудови виробництва, це і обумовлює актуальність теми.

Об'єктом дослідження є фондовий ринок України.

Предметом дослідження є регулювання фондового ринку.

Метою дослідження є вияснення особливостей державного регулювання фондового ринку України.

Завданнями є:

- охарактеризувати фондовий ринок: сутність, структуру, функції;

- розглянути особливості функціонування та розвитку фондового ринку в Україні;

- проаналізувати вплив економічної кризи на особливості державного регулювання фондового ринку в Україні.

Ринок цінних паперів - це частина фінансового ринку (інша його частина - ринок банківських кредитів). Банк рідко видає кредити більше ніж на рік. Випускаючи цінні папери, можна отримати гроші навіть на декілька десятиліть (облігації) або взагалі у безтермінове користування (акції). За цим поділом фінансового ринку на дві частини стоїть поділ капіталу на оборотний і основний.

Ринок цінних паперів доповнює систему банківського кредиту і взаємодіє з нею. Наприклад, банки надають посередникам ринку цінних паперів кредити для підписки на цінні папери нових випусків, а ті продають банкам великі блоки цінних паперів для перепродажу і з інших причин. В розвинутих європейських країнах основну посередницьку роль на ринку цінних паперів відіграють найбільші комерційні банки.

Завдання ринку цінних паперів - забезпечити як найбільш повний та швидкий перелив заощаджень в інвестиції (у фінансові активи) по ціні, котра б влаштовувала обидві сторони. Вирішення цього завдання базується на діяльності загальної структури фондового ринку, що складається з трьох підструктур:

- цінних паперів, які є предметом торгівлі на ринку цінних паперів (визначається, що саме продається й купується);

- учасників (суб'єктів) ринку цінних паперів (визначається, хто саме купує і продає цінні папери);

- процесу (технології) фондової діяльності (визначається, як саме відбувається обіг цінних паперів).

Виходячи з вищесказаного, можемо сказати, що предметом торгівлі на ринку цінних паперів є цінні папери. У Законі України «Про цінні папери і фондову біржу» дано їх визначення. «Цінні папери - грошові документи, що засвідчують право володіння або відносини позики, визначають взаємовідносини між особою, яка їх випустила, та їх власником і передбачають, як правило, виплату доходу у вигляді дивідендів або процентів, а також можливість передачі грошових та інших прав, що випливають з цих документів, іншим особам»[2, с. 18].

Учасниками торгівлі виступають: емітент (особа, що здійснює випуск цінних паперів), що зацікавлений в мобілізації вільних коштів; інвестор, який має вільні кошти і бажає вигідно їх розмістити; посередник, який забезпечує обмін зобов'язань (цінних паперів) емітентів на грошові засоби інвесторів; держава, яка шляхом прийняття законодавчих актів та створення відповідних державних органів визначає умови правового регулювання діяльності фондового ринку з метою підтримання його ефективного функціонування і захисту його учасників.

Вся існуюча система інститутів фондового ринку представляє собою інфраструктуру ринку цінних паперів. Вона визначає основний порядок практичних дій учасників ринку і юридичні аспекти оформлення операцій. В даний час на Україні створені і працюють 25 територіальних управлінь Державної комісії по цінних паперах і фондовому ринку (Комісії), а також відділення (в Севастополі і Кривому Розі), які безпосередньо підзвітні територіальним управлінням Комісії.

Розвиток ринку капіталів передбачає значну кількість елементів інфраструктури, а саме: фондову біржу, валютну біржу, страхові компанії, аудиторські компанії, брокерські фірми, комерційні банки і т.д. Крім того, значна частина елементів інфраструктури ринку капіталів тісно пов'язана з державою [5, с. 27].

Законодавством України визначено такі види професійної діяльності на фондовому ринку:

- ведення реєстру власників іменних цінних паперів - збирання, фіксування, обробка, збереження і надання даних, що забезпечують систему реєстрації власників іменних цінних паперів;

- депозитарна діяльність - надання послуг зі збереження цінних паперів і (або) обліку прав власності на них, а також обслуговування угод щодо цінних паперів;

- розрахунково-клірингова діяльність, тобто визначення взаємних зобов'язань щодо угод з цінними паперами і виконання розрахунків;

- торгівля цінними паперами, тобто виконання громадянсько-правових угод щодо цінних паперів;

- діяльність з організації торгівлі на фондовому ринку, надання послуг, які безпосередньо сприяють укладанню угод на біржовому і позабіржовому ринку цінних паперів.

Ринок цінних паперів поділяють на первинний та вторинний ринок. Термін "первинний ринок" відноситься до продажу нових випусків цінних паперів. У результаті продажу акцій та облігацій на первинному ринку емітент отримує необхідні йому фінансові засоби, а папери осідають у руках першочергових покупців. Слідом за цим першочерговий інвестор має право перепродати ці папери іншим особам, а ті в свою чергу можуть перепродавати їх наступним вкладникам. Слідуючий перепродаж цінних паперів утворює вторинний ринок, на якому вже не відбувається акумулювання нових фінансових засобів для емітента, а має місце тільки перерозподіл ресурсів серед наступних вкладників. Без повноцінного вторинного ринку не можна говорити про ефективне функціонування первинного ринку. Створюючи механізм для термінового перепродажу цінних паперів, вторинний ринок посилює до них довіру зі сторони вкладників, стимулює їх бажання купувати нові фондові цінності і тим самим сприяє більш повному акумулюванню ресурсів суспільства в інтересах виробництва [6, с. 17].

При відсутності вторинного ринку або його слабкій організації наступний перепродаж цінних паперів був би неможливий або громіздким, що відштовхнуло б інвесторів від купівлі усіх або частини цінних паперів. В результаті суспільство залишилось би у програші, тому що багато хто, особливо нові підприємства та починання, не отримали б необхідної підтримки.

У структурі вторинного ринку виділяють біржовий і позабіржовий обіг цінних паперів.

Термін “біржовий обіг” означає купівлю-продаж цінних паперів на біржі. Позабіржовий обіг - купівлю-продаж цінних паперів поза біржею шляхом прямої операції обміну між продавцем і покупцем. На біржу допускаються не всі компанії, а тільки ті, що відповідають встановленим на біржі правилам. Той факт, що цінні папери якої-небудь фірми котируються (продаються та купуються) на біржі, являється для неї престижним. Одночасно біржа слідкує за своїм реноме і не допускає до біржового обороту папери другорозрядних компаній.

Кожна біржа встанавлює свої вимоги стосовно прийому цінних паперів. Тому папери деяких компаній можуть котируватися на одній і не котируватися на іншій біржі. У позабіржовому обороті котируються цінні папери як правило другорозрядних компаній; папери деяких фірм можуть одночасно обертатися як у біржовому, так і у позабіржовому обороті.

Позабіржовий ринок діє на основі телефону, телекса, комп’ютерної мережі, об’єднаних у єдиний організм лініями зв’язку тисяч інвестиційних фірм. Якщо біржовий ринок доступний тільки для солідних корпорацій, то позабіржовий - практично будь-якій компанії. Для цього необхідно тільки, щоб знайшлась брокерська фірма, яка б погодилась підтримувати вторинний ринок з даного виду цінних паперів [5, с. 35].

Економічний зміст цінних паперів та їх види.

Будь-який цінний папір характеризується трьома такими універсальними ознаками:

1) цінний папір є свідоцтвом емітента про те, що він узяв на себе певні зобов’язання перед інвестором. Емітент не має права в односторонньому порядку, якщо це не обумовлено в договорі з інвестором, відкликати цінний папір, анулювати його, обміняти, відібрати і здійснювати інші дії, на шкоду правам та інтересам інвестора.

2) інвестор не повинен підтверджувати будь-якими іншими документами свої права, що випливають із самого факту володіння цінним папером.

3) для передачі прав власності на цінний папір достатньо внести ім'я нового власника до реєстру акціонерів у реєстратора або депозитарія.

Конкретна сукупність майнових прав, привілеї та обмеження визначаються конкретним видом цінних паперів.

Будь-який цінний папір, як специфічний інструмент правового регулювання, носить двоякий характер. У чому це проявляється? Перш за все цінний папір - це інструмент оформлення певних економічних відносин, в основному зобов'язуючих. Таким чином, завжди можна говорити про права, що підтверджуються цінним папером. Крім того, цінний папір є власністю (об'єктом речових прав, а також різних договорів). Звідси можна говорити про права на цінний папір, розуміючи під цим право власності або інше майнове право [5, с. 67].

Будь-який цінний папір характеризується нерозривним зв'язком між правами "на" цінний папір та правами "з" цього паперу. Це, зокрема, проявляється у класичному визначенні цінного паперу, що встановлює можливість здійснення права з цінного паперу тільки у випадку пред'явлення оригінального документу - цінного паперу. В наш час, у зв'язку з розвитком безготівкових цінних паперів можна говорити про деяку модифікацію цього визначення. Однак, той зв'язок, який встановлює можливість здійснення прав з цінного паперу в залежності від володіння правами на цінний папір, повинен існувати при будь-якій формі випуску. Це є однією з характеристик цінних паперів, яка надає можливість відрізнити цей інструмент від майнових прав, що виникають із договорів. З цієї точки зору багато так званих сурогатних цінних паперів типу купчих на акції являються підтвердженням певних договірних відносин і не приймають самостійного, відірваного від цих відносин значення, тобто будь-який цінний папір підтверджує майнове право, проте не всяке майнове право підтверджується цінним папером.

За ознаками їхньої економічної природи цінні папери, як правило, підрозділяють на пайові папери, боргові та похідні фінансові інструменти.

Пайові папери засвідчують відносини співвласності або пайової участі у формуванні статутного фонду і розподіленні прибутку (акції). Боргові папери опосередковують кредитні відносини (облігації, ощадні сертифікати, депозитні сертифікати, векселі та ін.). Похідні фінансові інструменти (опціони, ф'ючерси, варанти та ін.) - це особливі фондові цінності, які фіксують проміжні права партнерів у процесі укладання угоди. Вони не дають ні права власності, ні права на отримання доходу, але засвідчують право на купівлю або продаж цінних паперів різних видів.

Залежно від мети їхнього випуску цінні папери поділяються на фондові й комерційні. Перші призначено для формування капіталу (акції, облігації), другі - для опосередкування товарних відносин (векселі, акредитиви. Як правило, фондові папери або є безтерміновими, або діють понад рік, а комерційні є у своїй більшості короткотерміновими. Усі комерційні папери є борговими. Їх випускають недержавні емітенти і без спеціального забезпечення (застави). У певному розумінні комерційні папери є кредитними грошима і лише частково служать для інвестування капіталу. Якщо цінні папери мають цільове призначення, то їх можна класифікувати як папери для інвестування, кредитування і розрахунків за постачання та зобов'язання [12, с. 82].

Усі цінні папери можна поділити на ринкові, котрі можна перепродувати, і неринкові, які дозволено продавати тільки один раз: емітент продає цінні папери інвестору, який у цьому разі є не тільки першим, а й останнім покупцем цінних паперів такого виду.

Цінні папери можна не тільки продавати, а й дарувати або заповідати.

Важливою ознакою цінних паперів є їх задатність до конвертування - вилучення емітентом з обороту та анулювання цінних паперів якогось виду через їхній обмін на цінні папери іншого виду того самого або іншого емітента (у разі реорганізації першого).

У зв'язку з інтернаціоналізацією фондової діяльності на міжнародному ринку розширюється наявність міжнародних цінних паперів. До них належать

євроноти — це короткострокові боргові папери, які випускаються на строк 1, 3, 6 місяців через тендер та гарантуються інвестиційним банком чи групою банків, які викупають їх самі або ж продовжують позичальнику кредитну лінію [17, с. 32]. Випускаються також єврооблігації, котрі у вигляді позики можуть розміщуватися у будь-якій промислово розвинутій країні.

Цінний папір може мати вигляд як документарної так і бездокументарної форми, тобто власник може встановлюватись на підставі пред'явлення сертифіката або на підставі запису в системі ведення реєстру власників цінних паперів.

Наявність електронної техніки надає можливість робити емісію цінних паперів без оформлення їх «паперового» (документарного виду). Замість цього стали практикуватися інші документи, передовсім виписки депозитаріїв, котрі використовуються для доказу прав власників цінних паперів. Така форма цінного паперу широко використовується в різних країнах.

У нашій країні використання бездокументарного цінного паперу діє на основі Закону України "Про цінні папери та фондовий ринок", у якому сказано: «Система Національного депозитарію створюється з метою:

- запровадженя та обслуговування електронного обігу цінних паперів;

- нематеріалізації або знерухомлення матеріалізованих цінних паперів та подальшого обслуговування обігу цінних паперів у формі записів на рахунках у системі електронного обігу цінних паперів»[1].

Взагалі існує багато видів цінних паперів, випуск та обіг яких фіксується у відповідних закодавчих актах в різних країн по-різному.

В Україні дано право на випуск таких видів цінних паперів:

- акції;

- облігації внутрішніх республіканських і місцевих позик;

- облігації підприємств;

- казначейські зобов'язання республіки;

- ощадні сертифікати;

- векселі;

- приватизаційні папери[8, с. 12].

Усі цінні папери, які обертаються на ринку, можна розділити на три групи: акції, облігації і спеціальні цінні папери. Що стосується інвестицій і стабільності одержання доходу, найбільш якісними вважаються державні облігації, особливо короткотермінові ощадні векселі. Потім йдуть приватні облігації та акції великих компаній, що регулярно виплачують дивіденди. Саме ці види цінних паперів ми розглянемо докладніше.

Акція - вид цінного паперу без встановленого терміну обігу, що засвідчує пайову участь у статутному фонді акціонерного товариства, підтверджує членство в ньому, право на участь в управлінні ним, а також на одержання частини прибутку у вигляді дивіденду і на участь у розподілі майна за ліквідації акціонерного товариства.

Випуск акцій та їх придбання становлять економічний інтерес як для емітента, так і для інвестора. Для емітента випуск акцій є джерелом капіталу для створення акціонерного товариства або для його розвитку. Для інвестора головним інтересом є одержання доходу, який у цьому разі набирає форми дивідендів як частини прибутку акціонерного товариства.

Висновки. Підводячи підсумки, можна беззаперечно сказати, що фондовий ринок відіграє важливу роль у суспільному відтворенні. Адже основна функція ринку цінних паперів - мобілізація грошових засобів інвесторів для організації та розширення виробництва.

Друга функція - інформаційна. Вона полягає в тому, що ситуація на ринку цінних паперів повідомляє інвесторам інформацію про економічну кон’юнктуру в країні, і дає їм орієнтири для вкладання своїх капіталів. В цілому ж функціонування капіталу у формі цінного паперу сприяє формуванню ефективної та раціональної економіки, оскільки він стимулює мобілізацію вільних грошових ресурсів в інтересах виробництва та їх розподіл у відповідності до потреб ринку.

Як показує світовий досвід, ефективне функціонування ринку цінних паперів неможливе без регулюючої та контролюючої діяльності державних органів. В умовах становлення ринку цінних паперів функціонування подібних структур має велике значення.

Таким чином, фондовий ринок представляється як ефективний механізм функціонування ринкової економіки, інструмент мобілізації фінансових ресурсів та заощаджень населення, оптимального перерозподілу засобів, підвищення активності людини як реального власника.

Отже, проблем на фондовому ринку України достатньо і їх потрібно вирішувати. Більшість експертів та дослідників пов'язують подолання проблем із необхідністю удосконалення законодавства. На мою думку, стартовою позицією має стати визначена модель фондового ринку, це в свою чергу приведе до пріоритетних принципів цієї системи.

Так, сучасний фондовий ринок України є не тільки явищем суто економічного характеру, оскільки цивілізоване укладення угоди купівлі-продажу цінних паперів, послуг щодо посередницької діяльності тощо, як і у всіх без винятку країнах світу, вимагає стрункої системи правового регулювання дій учасників ринку. Останнє може здійснюватися державними органами (державно-правове регулювання) та окремими інститутами (інституційно-правове регулювання).

Отже, розвиток ринку цінних паперів є індикатором лібералізації економіки та успішного проведення ринкових реформ, створює важливий компонент сучасного механізму економічного регулювання, надає економіці певної гнучкості й мобільності, забезпечуючи можливість швидкого переливу ресурсів із одних галузей в інші та здійснення структурної перебудови виробництва.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

Закон України "Про цінні папери та фондовий ринок" від 23 лютого 2006 року N 3480-IV.

Закон України ”Про цінні папери і фондову біржу” від 18.06.1991 №1201-XII.

Закон України „Про інвестиційну діяльність” від 18 вересня 1991 р. - № 1560-XII

Закон України „Про фінансові послуги та державне регулювання ринку фінансових послуг” від 6 лютого 2003 р. - № 485-IУ.

II. Монографії, статті, посібники:

Богачев С.В. Фондовые методы развития промышленных корпораций: вопросы теории и практики: Монография / НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти.- Донецк, 2002. – 294 с.

Голоднюк І., Данейко П., Домбровскі М., Михайличенко М. Розвиток ринку фінансових послуг в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи. К.:CASE Україна, 2006. –21 с.

Доповідь Президента України Віктора Ющенка "Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2005 році" // Київ: Національний інститут стратегічних досліджень, 2006. — 162 с.

Stratilat Yulia Viktorivna
student of the Department of Economics and Service
Kyiv National University of Technology and Design
(Kyiv, Ukraine)

STOCK MARKET & ITS ROLE IN CAPITAL MANAGEMENT

***Abstract**: the peculiarities of corporate capital management are studied taking into account the concept of life cycle in corporations. The peculiarities of the structure of corporate capital at each stage of the life cycle of the corporation are determined, based on the peculiarities of the content of the stage. It is established that an effective system of corporate capital management at each stage of the life cycle in the development of the enterprise allows to take into account the interests of all stakeholders: owners, professional managers, investors and employees.*

***Keywords**: corporate capital, structure of corporate capital, life cycle of corporation, elements of corporate capital.*

ЮРИДИЧНІ НАУКИ (JURIDICAL SCIENCE)

УДК 1

Календюк Ірина Олександрівна

Студентка

Київський національний університет технологій та дизайну

(Київ, Україна)

Мельник Альона Олексіївна

завідувач кафедри, доктор економічних наук, професор

Київський національний університет технологій та дизайну

(Київ, Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОДАТКОВОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Анотація: *досліджено теоретичні питання формування перспектив розвитку податкової системи України, зосереджено увагу на розбудові фінансової системи України в умовах ринкової економіки, проаналізовано становлення податкового контролю як самостійної складової фінансового контролю. Також звернуто увагу на склад податкового правопорушення становить собою законодавчо побудовану юридичну модель типових ознак винного протиправного діяння, що порушує податкове законодавство, за який встановлені заходи фінансової відповідальності і на те, що відсутність у Податковому кодексі України положення про склад податкового правопорушення є суттєвою прогалиною в чинному законодавстві. Досліджено перелік заходів податкового контролю, пов'язаних із обліком платників податків, а саме: одержання від платника податків документів, необхідних для взяття на облік в податковому органі, їх перевірка; включення інформації про платника податків до реєстру платників податків та присвоєння йому ідентифікаційного номера платника податків; отримання від платника податків інформації про внесення змін до наданих документів та включення цієї інформації до реєстру платників податків; включення інформації про зміну документів платника податків до отримання і включення в реєстр платників податків відомостей про платників податків, що надійшли від інших джерел та ін. Розкрито становлення податкового контролю як самостійної складової фінансового контролю, значимість податкового контролю в ринкових умовах економіки особливо зростає*

через суттєву залежність від податкової складової бюджетів усіх рівнів, низьку податкову культуру населення та суб'єктів підприємництва, значну тінізацію економіки. Звернуто увагу на, зокрема, питання визначення поняття податкового правопорушення, елементів його складу, встановлення співвідношення фінансової відповідальності за податкові правопорушення з іншими видами юридичної відповідальності у цій сфері, дослідження сутності та видів фінансових санкцій, аналіз їх ефективності. Проведене комплексне дослідження у даній сфері та зроблено відповідні висновки, що принесуть плідні результати у разі їх нормативного закріплення.

Ключові слова: *фінансова система України, податкова система, податки, економіка, розвиток, регулювання.*

Постановка проблеми. Ми можемо спостерігати за тим, як на даний час уряд та влада намагаються проводити новітні реформи в усіх сферах життя України, але найбільш примітним та відчутним є реформування в сфері податків та зборів. Зрозуміло, що левова їх частина призначена для приведення законодавства у відповідність з європейськими нормами життя, тому так важливо наразі проаналізувати перспективи розвитку податкової системи України, що й зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перспективи розвитку податкової системи України тим чи іншим чином аналізували в своїх працях такі відомі вчені як: Т.А. Гусєва, Є.С. Єфремова, В.О. Зайцев, О.В. Зимін, О.В. Каплієва, В.О. Мачехін, Р.О. Сергієнко, А.М. Сердцев, Н.В. Сердюкова, В.В. Стрельников, Т.В. Телятицька, Д.В. Тютін, К.В. Хомич, Е.М. Циганков та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В наш час можна спостерігати за великим проявом тінізації значної частини економіки, в той же момент – зареєстровані підприємці часто не сплачують борги по податкам, або намагаються зменшити кількість офіційних доходів.Це явище є проблемним в даний час розвитку економіки України, чим і зумовлюється актуальність даного дослідження.

Мета статті. Важливою ціллю даного дослідження є розкриття перспектив розвитку податкової системи України.

Виклад основного матеріалу. На фоні швидкого розвитку законодавчої бази оподаткування спостерігається значне відставання системного врегулювання норм податкового контролю, наукового обґрунтування його методології та процедур проведення контрольних заходів. Невідповідність організаційної структури податкової служби вимогам сьогодення, недостатнє фінансування її органів порівняно з економічно розвиненими країнами, недосконала система оплати праці, підготовки та перепідготовки кадрів вимагають необхідності вдосконалення методологічних та організаційних засад податкового контролю.

Для вітчизняної фінансової науки дослідження податкового контролю є новим напрямом наукового пошуку, тому ця проблема лише фрагментарно висвітлювалась у публікаціях як науковців, так і практиків.

Перше місце серед завдань органів Державної податкової служби посідає податковий контроль. Податковий контроль - це єдина система обліку платників податків, а також контроль за правильністю нарахування, повнотою і своєчасністю сплати податків, нарахованих фінансових санкцій, порядком проведення розрахунків, обліку товарів та коштів.

Склад податкового правопорушення становить собою законодавчо побудовану юридичну модель типових ознак винного протиправного діяння, що порушує податкове законодавство, за який встановлені заходи фінансової відповідальності. Відсутність у Податковому кодексі України положення про склад податкового правопорушення є суттєвою прогалиною в чинному законодавстві[1]. Положення про склад податкового правопорушення дасть змогу визначити ту сукупність ознак, яка необхідна і достатня для притягнення винної особи не тільки до фінансової, а й до інших видів юридичної відповідальності.

Важливе значення має: формування та ведення Державного реєстру фізичних осіб та єдиного банку даних про юридичних осіб - платників податків та інших податкових платежів; прийняття у випадках, передбачених законом, нормативно-правових актів та методичних рекомендацій з питань оподаткування; роз'яснення законодавства з питань оподаткування серед платників податків та внесення пропозицій щодо його вдосконалення.

На нашу думку, слід зазначити, що значна частина правових актів у сфері оподаткування є складною і незрозумілою широкому і різноманітному колу платників податків, дуже багато існує упущень в податковому законодавстві, суперечностей.

В наслідок цього виникає дуже велика кількість порушників і вона буде збільшуватись, так як існує неспроможність держави врегулювати систему ефективного контролю та виявлення правопорушень. Така політика держави не тільки не створює умов для розвитку економіки, а й мимоволі заганяє платника податків в глухий кут.

Можна сказати, що ухилення відплати податків є реакцією платників на недосконаліть норм податкового права і на невідчутність реального, суворого контролю. Відповідно, ми бачимо реальну потребу в створенні простого ідієвого податкового контролю, який буде чітков регульований окремим законом «Про фінансовий контроль».

Важливо також для розвитку податкової системи розглянути синонімію в податковій терміносистемі, що, інколи, заважає правильно розуміти та тлумачити закон та потребує вирішення в сьогоденні.

Абсолютна суперечливість думок учених стосовно питання про синонімію полягає в тому, що деякі з них узагалі заперечували її існування в мові. Зокрема Г.О. Винокур дотримувався думки, що «синонімічність засобів мови, якщо мати справу не з лінгвістичною абстракцією, а із живою й реальною мовою, з тією мовою, яка фактично існує в історії, є просто фікцією [2, с. 29].

Незважаючи на те, що явище синонімії не є досить поширеним у межах сучасної податковій терміносистемі, проте воно об'єктивно існує й повністю уникнути його не можна. До основних чинників, що спричинюють наявність у науці синонімічних термінів, зараховуємо:1) постійний розвиток науки, що супроводжується виникненням нових понять і бажанням дати кожному з них найточнішу номінацію, 2) неуніфікованість термінологічної системи (підхід до навчання мови - аспект навчання мови); 3) наявність застарілих назв, які функціюють одночасно з новими (розвиток зв'язного мовлення - розвиток мовлення) [3, с. 5].

Синоніми в податковій терміносистемі — це терміни, які належать до одного денотата, і при цьому можуть мати тотожні або близькі значення, різняться будовою (прості слова, композити, абревіатури, словосполуки), походженням (автохтонні й іншомовні лексеми), ступенем новизни (архаїзми, історизми, неологізми) та особливостями вживання.

Наявність синонімічних рядів у податковій терміносистемі є наслідком постійного суспільно-політичного й економічного розвитку суспільства. Терміни на позначення нового поняття перебувають у синонімічних відношеннях на різних етапах розвитку терміносистеми. Виникнення нових номінацій зумовлене лінгвістичними й екстралінгвальними чинниками, а саме: 1) появою нових понять та бажанням підібрати найточнішу назву для кожного з них, причому одні з апробованих надовго закріплюються в мові, а найменш придатні переходять до пасивного лексичного фонду або вживаються на позначення інших понять. Лексема дар значно розширила свою семантику й у сучасній українській мові вживається за потребою мовної економії, яка породжує синонімію різних структурних рівнів, наприклад, утворення однослівних складноскорочених номінацій з окремих компонентів терміна-словосполуки: адміністративні ресурси — адмінресурси; адміністративний штраф — адміншграф; державний бюджет — держбюджет; державна скарбниця — держскарбниця; державний борг — держборг; фінансовий контроль —

фінконторль; заміна термінів-словосполук термінами-однословами: податкова система — податки; система оподаткування — оподаткування; подвірне оподаткування — подвірне; добровільні матеріальні місцеві внески громадян — самооподаткування; працівник податкової служби — податківець; борг податковий — недоїмка; використання повних форм та ініціальних абревіатур: валовий внутрішній продукт — ВВП; податок на додану вартість — ПДВ [2, с. 30].

У податковій терміносистемі можна виокремити й такі абсолютні синоніми, які з'явилися внаслідок чергування чи випадання голосних і приголосних, і є різними варіантами того самого слова: доход — дохід; оподаткування — оподатковування.

Групи слів зі спільним або близьким лексичним значенням, які належать до однієї частини мови, об'єднуються в синонімічний ряд чи гніздо. У кожному синонімічному гнізді виділяється основне (стрижневе) слово — домінанта, наприклад, у синонімічному ряду податкових термінів податок, збір, плата, внесок, відшкодування, стягнення домінантною є лексема податок. Кожен член синонімічного ряду об'єднується з іншими тісними змістовими зв'язками. Такі зв'язки можуть бути простіші чи складніші, що залежить від змістової структури та категорійних властивостей членів ряду [2, с. 31].

Для податкової терміносистеми, крім гіперо-гіпонімічних (рід - вид) зв'язків, характерними є відношення «частина - ціле», які ґрунтуються на зв'язках (взаємодіях, залежностях) предметів. «Гіпонімічні зв'язки імен - вид класифікаційних концептуальних зв'язків, які відображають рівні подібності-відмінності предметів, навіть якщо вони ніяк не пов'язані. Партитивні зв'язки - це рід імпліфікаційних концептуальних зв'язків, які передбачають і відображають зв'язки предметів, що перебувають у взаємодії і взаємозалежності. Частини взаємодіють, взаємопов'язані у структурі цілого» [5, с. 198]. Досліджувана термінологія містить невелику кількість термінів, пов'язаних відношеннями «частина - ціле», а саме: податок — прямий податок, непрямий

податок, податок на прибуток підприємств, податок на додану вартість.

Завдяки тому, що мова зберігає у високораціональній формі здобуті людством знання про світ і відображує способи суджень про дійсність, «звернення до її організації та наповнення може бути ефективно використано для оформлення, систематизації наявного та отримуваного в науці знання, для отримання нового (гіпотетичного, що вимагає перевірки) знання про той чи інший фрагмент дійсності, а також для удосконалення самого апарату пізнання. Суто мовні риси слова (морфологічна належність і структура, семантичний тип, внутрішня форма, місце у системі, парадигматичні та синтагматичні властивості) значущі у метамові науки і можуть бути джерелом уточнення знань» [4, с. 198].

Отже, родо-видові відношення є одним з основних чинників структурної організації української податкової термінології, в якій всі наукові поняття підпорядковані певній ієрархії, перебувають у своєрідних взаємозв'язках, а місце кожного визначають абстракції, узагальнення чи порівняння понять.

Важливо закріпити перелік заходів податкового контролю, пов'язаних із обліком платників податків, а саме: одержання від платника податків документів, необхідних для взяття на облік в податковому органі, їх перевірка; включення інформації про платника податків до реєстру платників податків та присвоєння йому ідентифікаційного номера платника податків; отримання від платника податків інформації про внесення змін до наданих документів та включення цієї інформації до реєстру платників податків; включення інформації про зміну документів платника податків до отримання і включення в реєстр платників податків відомостей про платників податків, що надійшли від інших джерел; видача платникові податків свідоцтва (повідомлення) про взяття на облік у податковому органі, свідоцтва про взяття на облік в якості платника податку на додану вартість, довідок, необхідних для здійснення ним господарської діяльності; відповіді на запити, що надходять з податкових, правоохоронних, судових або інших органів, які стосуються відомостей, що містяться в установчих документах платників податків, і їх рахунків у банках; надання бази

даних реєстру платників податків на місцевий і державний рівні; перевірка відомостей, що містяться в реєстрі платників податків [5, с. 5].

З метою подальшого вдосконалення процедур податкового обліку та реєстрації фізичних осіб важливо запровадити єдиний фіскальний номер.

Висновки. Отже, виходячи з вищевикладеного, ми можемо зробити висновок про те, що на даний час хоч і існують певні труднощі та колізії в законодавстві, проте намічаються чіткі перспективи розвитку податкової системи України.

Перші кроки влади ми вже можемо спостерігати сьогодні, адже приймається багато нормативно-правових актів та поправок до чинного законодавства з метою урегулювання спірних питань в даній сфері та приведення норм права до європейського формату з метою подальшого вступу до ЄС та модифікації застарілих норм, що не приносять дохід до казни держави та дозволяють економіці бути в тіні.

Важливо викорінити такі прояви та продовжувати курс на просування нашої держави в список економічно-розвинених та успішних європейських держав.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. *Відомості Верховної Ради України стор. 556, стаття 112.*

Чорна О.І. Синонімічні відношення в українській податковій терміносистемі. *Національний університет державної податкової служби України*. 2014. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/7011/1/41.pdf. (дата звернення: 21.09.2021).

Омельчук С.І. Парадигматичні відношення в українській лінгво-дидактичній термінології. *Збірник наукових праць. Частина 2.* 2015. URL:http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&I

MAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/znpudpu_2014_2_38.pdf.(дата звернення: 11.12.2020).

Тенденції та перспективи формування професійної лексики: *Доповіді X Міжнародного науково-практичного семінару, присвяченого питанням функціонування професійного мовлення, лінгвокультурологічному та соціокультурному аспектам філології. Ірпінь*: УДФС України, 2020. Вип. X. 198 с.

Василенко С. В. Правове регулювання податкового контролю вУкраїні: дис. ... канд. юр. наук : 12.00.07.*Класичний приватний університет.* Запоріжжя, 2019. 235 с.

Kalendyuk Iryna Oleksandrivna

student

Kyiv National University of Technology and Design

(Kyiv, Ukraine)

Melnyk Alyona Oleksiivna

Head of the Department, Doctor of Economics, Professor

Kyiv National University of Technology and Design

(Kyiv, Ukraine)

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE TAX SYSTEM OF UKRAINE

***Abstract**: theoretical issues of formation of prospects for the development of the tax system of Ukraine are studied, attention is focused on the development of the financial system of Ukraine in a market economy, the formation of tax control as an independent component of financial control is analyzed. Attention is also paid to the composition of the tax offense is a legally constructed legal model of typical signs of a criminal offense, which violates the tax legislation, for which measures of financial responsibility and the lack of provisions in the Tax Code of Ukraine is a significant gap in*

the current tax offense. legislation. The list of tax control measures related to the registration of taxpayers has been studied, namely: receipt from the taxpayer of documents required for registration with the tax authority, their verification; inclusion of information about the taxpayer in the register of taxpayers and assigning him a taxpayer identification number; receiving from the taxpayer information on making changes to the submitted documents and including this information in the register of taxpayers; inclusion of information on changes in taxpayer documents before receipt and inclusion in the register of taxpayers of information on taxpayers received from other sources, etc. The formation of tax control as an independent component of financial control is revealed, the importance of tax control in market conditions of the economy grows especially due to significant dependence on the tax component of budgets of all levels, low tax culture of the population and businesses, significant shadowing of the economy. Attention is paid, in particular, to the definition of tax offenses, elements of its composition, establishing the ratio of financial liability for tax offenses with other types of legal liability in this area, research on the nature and types of financial sanctions, analysis of their effectiveness. A comprehensive study in this area has been conducted and appropriate conclusions have been made that will bring fruitful results in the case of their normative consolidation.

***Keywords**: financial system of Ukraine, tax system, taxes, economy, development, regulation.*