

макроекономічних, політичних та фінансових факторів, що мають відношення до присвоєння суверенних рейтингів. Проте, процес встановлення даних факторів та методологія, яка використовується для побудови рейтингових оцінок не розкриваються. Таким чином, об'єктивне сприйняття суверенного ризику повинно ґрунтуватися на факторах, які мають відношення до оцінювання платоспроможності конкретної національної економіки у будь-який момент часу – інакше будь-який методичний підхід до оцінки даного ризику буде суб'єктивним.

Список використаних джерел:

1. Павлов Р. А. Кредитні рейтингові агентства та фінансова безпека емітентів цінних паперів з позицій моделі «les economies de la grandeur» французького соціологічного неінституціоналізму / Р. А. Павлов, Т. С. Павлова, О. В. Левкович // Сучасні трансформації організаційно-економічного механізму менеджменту та логістики суб'єктів підприємництва в системі економічної безпеки України. – Дніпро : Біла К. О., 2017. – 417–435.
2. Пластун О. Л. Міжнародні інвестиційні рейтинги як засіб усунення інформаційної асиметрії на макроекономічному рівні / О. Л. Пластун, О. В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 3. – С. 191–198.
3. Bolton, P., Freixas, X., & Shapiro, J. (2009). The Credit Ratings Game. *Journal of Finance*, 67(1), 85-112.
4. European Central Bank (2009). Credit Rating Agencies: Developments and Policy Issues, *Monthly Bulletin* (May), 107-117.
5. Sy, A. (2009). The Systemic Regulation of Credit Rating Agencies and Rated Markets. *World Economics, Economic & Financial Publishing*, 10(4), 69-108.

К. э. н. Сарабекова И. З.

Таджикский национальный университет (Таджикистан)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТОВАРОВ ДЛИТЕЛЬНОГО ПОЛЬЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

В условиях рыночных отношений, формирование товарных предложений на региональных рынках потребительских товаров, существенно изменилось. Оно характеризуется «насыщением внутреннего рынка импортными товарами, как в продовольственных, так и непродовольственных группах; постепенным сокращением отечественного производства непродовольственных товаров. Если на рынке продовольственных товаров в последнее время наблюдается определенное

расширение товарного предложения таджикских товаропроизводителей и общее увеличение их количества, то объемы производства товаров длительного пользования (далее – ТДП) в республике остаются на очень низком уровне, кроме некоторых строительных материалов, мебели и изделий производимые местными промыслами» [3].

Особо следует отметить, что увеличение импорта товаров широкого потребления усиливает конкуренцию на региональном потребительском рынке, тем самым «мотивируя повышение качества и расширение ассортимента новых товаров. Это способствует удовлетворению покупательского спроса потребителей, насыщает рынок и ликвидирует дефицит по многим видам товаров. Кроме того появляются такие новые товары, как теле- и видеоаппаратура нового поколения, компьютерная техника, различные цифровые устройства, современная бытовая техника и т.д. В результате происходит активное формирование покупательского спроса на новые товары» [3].

Однако, негативной стороной этих процессов является то, что отечественное производство ряда «товаров для нужд населения было практически свернуто (если сравнивать с объемами 80-х гг.), а те виды продукции, что остались, вынуждены конкурировать на внутреннем потребительском рынке с дешевым и некачественным «импортом». Отечественные производители были вынуждены резко сократить объемы своего производства, что привело к полной остановке некоторых отраслей и сокращению числа занятых в народном хозяйстве» [3].

Обращаем внимание на то, что в последнее время руководство Таджикистана с поддержкой инвесторов делает многое с целью оживления экономики страны, что имеет некоторые очевидные результаты. Так, легкая промышленность в Таджикистане стремительно развивается. В 2015 г. производство общего объема промышленной продукции в ценах соответствующих лет за 2011–2015 года увеличилось в 1,5 раза, производство пищевых продуктов соответственно в 1,4, производство кожи, кожаных изделий и обуви в 2,5 раза, обработка древесины и производство изделий из дерева в 2,4 раза. Объемы производства продукции химической промышленности увеличились в 3,2 раза, а текстильной и швейной промышленности снизились на 8,7 пункта. Удельный

вес производства промышленной продукции в негосударственном секторе в 2015 г. составил 74,1 % [2, с. 251].

Учитывая приобретенный практический опыт управления народным хозяйством за последние 25 лет, основываясь на выводах из выявленных просчетов и ошибок, Правительство Республики Таджикистан подготовило и приняло документ под названием «Национальная стратегия развития на период до 2030 года». Реализация решений этого важного документа является основой устойчивого развития национальной экономики Республики Таджикистан. Делая упор на данный документ, руководителем страны Э. Рахмоном отмечено: «В краткосрочной и долгосрочной перспективе нам предстоит серьезная работа по обеспечению энергетической независимости, выводу страны из коммуникационной изоляции, защите продовольственной безопасности, повышению уровня и качества жизни народа, развитию инфраструктуры регионов, созданию производственных предприятий и новых рабочих мест, увеличению объемов производства отечественной продукции и повышению экспортного потенциала страны» [1, с. 6].

На основе ранее сказанного, напрашивается вывод, что развитие национальной экономики и совершенствование торгово-промышленного комплекса находятся в тесной взаимосвязи. Одним из важнейших показателей качества жизни в стране считается обеспеченность семей товарами длительного пользования. Рост спроса на данную группу товаров и улучшение их качества имеет свойство способствовать сокращению сроков службы товаров длительного пользования, которые являются технически сложными. Эти процессы требуют внимания экономистов. Исследование регионального рынка товаров длительного пользования целесообразно проводить с разделением их по потребительским комплексам: «Жилище, оборудование...», «Домашнее хозяйство...», «Средства передвижения», «Отдых, туризм, спорт», «Духовные блага, культурный отдых» (рис. 1).

В представленной нами работе «больше подходит комплексное исследование регионального рынка товаров длительного пользования (ТДП), которое

подразумевает учет влияния региональных особенностей, маркетинговой политики крупных компаний и использование системного подхода.



Рис. 1. Классификация рынка товаров длительного пользования по потребительским назначениям [3, с. 48]

Практические цели анализа регионального рынка ТДП состоит в определении тенденций развития региональных рынков различных видов ТДП, их характеристики, цены, формирование сегментов, каналов распределения, вариантов продвижения товаров, а также оказание до и после продажных услуг с учетом удовлетворения потребностей самых различных слоев населения.

Для достижения этих целей необходимо решать такие задачи: проведение сравнительного анализа потребления ТДП в республике и ее регионах; исследование и определение степени влияния производственно-торгового комплекса регионов на национальную экономику; прогнозирование основных перспектив развития отрасли и оценка ее текущей ситуации» [3].

Региональный рынок ТДП, как и весь потребительский рынок Таджикистана за последние годы быстро развивается, чему способствует стабилизация

економического положения, активная политика социальных преобразований в стране и увеличение реальных располагаемых доходов населения,

В процессе маркетингового исследования выяснилось, что существенное влияние на формирование спроса населения республики на ТДП оказывают возрастающие требования потребителей к качеству и ассортименту изделий. Необходимо отметить, что обобщение полученной информации является основой проведения анализа и проведения прогнозов социально-экономического развития районов Центрального Таджикистана.

Список использованных источников:

1. Рахмон Э. О необходимости ускорения реформирования экономики республики [Электронный ресурс] / Э. Рахмон / Из выступления Президента РТ на встрече с предпринимателями страны, 15.01.2014, г. Душанбе. – Режим доступа : <http://www.kt.ru/content/115>
2. Статистический ежегодник Республики Таджикистан. – Душанбе : АСПРТ, 2016. – С. 285.
3. Сарабекова И. З. Развитие регионального рынка потребительских товаров длительного пользования (на материалах районов Центрального Таджикистана) : дисс. на соискание ученой степени канд. экон. наук / И. З. Сарабекова. – Душанбе, 2015. – С. 44–56.

Смирнова Т. А., Шевченко А. В.

Дніпровський національний університет імені Олеса Гончара (Україна)

БАНКІВСЬКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА РОБОТИ БАНКУ

Важливу роль у досягненні конкурентних переваг комерційного банку становить такий вид управління як банківський менеджмент. Актуальність даної теми пояснюється наявністю постійної потреби вдосконалення банківського управління в умовах сучасної конкуренції в банківському секторі.

Поняття «банківський менеджмент» представляє собою перш за все управління відносинами, які пов'язані зі стратегічним й тактичним плануванням, комплексним аналізом, контролем та регулюванням діяльності банківської установи, здійсненням контролю за фінансами та передбаченням ризиків, а також управління персоналом, що здійснює банківські операції [1, с. 8].

Банк як підприємницька структура є складним організаційним утворенням, що має на меті отримати достатній прибуток, який сприяв би розширенню