

3. De Menezes, A. G., Moniz, A., & Vieira, J. C. (2008). *The determinants of length of stay of tourists in the Azores*. *Tourism Economics*, 14(1), 205-222. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/233508254\\_The\\_Determinants\\_of\\_Length\\_of\\_Stay\\_of\\_Tourists\\_in\\_the\\_Azores](https://www.researchgate.net/publication/233508254_The_Determinants_of_Length_of_Stay_of_Tourists_in_the_Azores)
4. Femenia-Serra, F., & Gretzel, U. (2020). *Influencer Marketing for Tourism Destinations: Lessons from a Mature Destination*. In *Information and Communication Technologies in Tourism 2020* (pp. 65-78). Springer, Cham. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/337989085\\_Influencer\\_Marketing\\_for\\_Tourism\\_Destinations\\_Lessons\\_from\\_a\\_Mature\\_Destination](https://www.researchgate.net/publication/337989085_Influencer_Marketing_for_Tourism_Destinations_Lessons_from_a_Mature_Destination)
5. Pratt, S., McCabe, S., Cortes-Jimenez, I., & Blake, A. (2010). *Measuring the effectiveness of destination marketing campaigns: Comparative analysis of conversion studies*. *Journal of Travel Research*, 49(2), 179-190. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/235601990\\_Measuring\\_the\\_Effectiveness\\_of\\_Destination\\_Marketing\\_Campaigns\\_Comparative\\_Analysis\\_of\\_Conversion\\_Studies](https://www.researchgate.net/publication/235601990_Measuring_the_Effectiveness_of_Destination_Marketing_Campaigns_Comparative_Analysis_of_Conversion_Studies)
6. Signé, L. (2018). *Africa's tourism potential. Trends, drivers, opportunities, and strategies*. Africa Growth Initiative. Retrieved from <https://www.sipotra.it/old/wp-content/uploads/2018/12/Africas-tourism-potential.-Trends-drivers-opportunities-and-strategies.pdf>

Терпило О. В.  
Студентка 2 р.н., НаУКМА

### **УПРАВЛІННЯ КРЕДИТНИМИ РИЗИКАМИ В УМОВАХ COVID-19 ТА ПІСЛЯ**

В моєму дослідженні була спроба висвітлення теми управління кредитними ризиками в умовах кризи COVID-19, що може допомогти зрозуміти, в яких напрямках необхідно діяти НБУ та комерційним банкам. Якщо брати до уваги, те, що проблематика дослідження є достатньо новою, то й відповідних напрацювань відомих вчених теж небагато. Проте можна виокремити таких персон як Сорін Таламба, Артем Архангельський, Клей Гайтскілл, Луїс Наріо, Тео Пепанідес, всі вони, зробили вагомі вклади в розвиток цієї теми та глибшого її розуміння багатьма фінансовими структурами. Ними були проаналізовані та узагальнені відповідні практичні та теоретичні питання, що виникали протягом початку та періоду продовження кризи COVID-19. Вони відповіли на питання відносно коротко - та середньотермінових перспектив розвитку кредитних ризиків для банків в нових реаліях. Також, деякі з них працювали над розробкою засобів прогнозування очікуваних кредитних збитків і відповіли на питання того, на що варто орієнтуватися фінансовим установам при оновленні ризиків. Також, існує фактор, який раніше був другорядним, але в нових умовах став першочерговим для розгляду – це зміна поведінки клієнта. Дмитро Алеєв зробив великий вклад в усвідомлення Оцінювання SICR з умовою кореляції відносно

зміни поведінки клієнта та ймовірності дефолту для колективних чи окремих фінансових інструментів.

В результаті проведеного дослідження зроблено наступні висновки та рекомендації:

1. Важливим є розподіл і подальший контроль кредитних ризиків для різноманітних портфелів: контроль кредитного ризику для корпоративних клієнтів та клієнтів малого і середнього бізнесу, контроль кредитного ризику для роздрібних позичальників.

2. Провідні зміни відобразилися саме у включенні інформації економічного впливу COVID-19 підприємствами. Рекомендовано враховувати наступні фактори: міру економічного впливу на окремих клієнтів чи регіонів, діяльність урядів спрямовану на усунення наслідків COVID-19 та на загальну відсутність лояльності до інвестування.

3. Такі якісні фактори як запити на відтермінування платежів, утримання готівки, збільшення лімітів кредитних карток можуть слугувати показниками, які варто включати до оцінювання та подальшого вимірювання.

4. Банківським установам необхідно зосередити увагу на розробці нових методів менеджменту кредитним ризиком, це дасть можливість формувати свою культуру та репутацію в найближчі роки. Переважна більшість банківських установ залучає механізм кредитування, що полягає в об'єднанні секторно-орієнтованого підходу та аналізу даних. Таким чином, впровадження нових структур буде каталізатором подальшого розвитку прогресивних технологій в банківській сфері.

#### *Список використаних джерел:*

1. Managing and monitoring credit risk after the COVID-19 pandemic [Електронний ресурс] / Efstathia Koulouridi, Sameer Kumar, Luis Nari та ін.]. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.mckinsey.com/business-functions/risk/our-insights/managing-and-monitoring-credit-risk-after-the-covid-19-pandemic#>.
2. Алєєв Д. Як був переоцінений кредитний ризик позичальників та інших боржників? [Електронний ресурс] / Дмитро Алєєв. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://home.kpmg/ua/uk/home/insights/2020/04/covid-19-financial-instruments-2b.html>.
3. Gaitskill C. Credit risk: Managing the impact of Covid-19 [Електронний ресурс] / Clay Gaitskill // 2020 – Режим доступу до ресурсу: <https://advisory.kpmg.us/articles/2020/credit-risk.html>.
4. Guerrieri F. How COVID-19 is changing credit risk models [Електронний ресурс] / Federico Guerrieri. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.ey.com/en\\_gl/covid-19-financial-services/how-covid-19-is-changing-credit-risk-models](https://www.ey.com/en_gl/covid-19-financial-services/how-covid-19-is-changing-credit-risk-models).