

1. Мотив максимизации валового дохода, прибыли и увеличения рентабельности предприятий обусловлен влиянием мотивационных факторов и общего (экономического, научно-технологического и политического), и ближайшего (характеристики отрасли и конкурентов) окружения.

2. Следующий мотив (необходимости удовлетворять потребности целевых покупателей) также "включается" целым рядом факторов институциональной среды функционирования предприятий – как их косвенных мотиваторов (факторы демографического, социокультурного окружения и состояние рынка рабочей силы), так и прямых (изменения в поведении потребителей).

3. Стремление предприятий к развитию производства обусловлено влиянием косвенных мотиваторов общего экономического, политического и научно-технологического окружения.

4. Мотив наращивания объемов реализации путем расширения каналов сбыта связан, прежде всего с мотивационными факторами ближайшего (характеристики отрасли, конкурентов, потребителей, контактных аудиторий) и в меньшей мере общего (экономического, политического) окружения.

5. Интерес предприятий к экономии затрат поддерживается факторами общего (экономического, научно-технологического, политического) и оперативного (отрасль, поведение конкурентов и поставщиков) окружения.

6. Мотив победы в конкуренции связан с изменениями, происходящими в научно-технологических и отраслевых параметрах, т. е. мотивируется и косвенно, и прямо.

7. Следующий мотив предприятий – достижения лидерства и господства на рынках – также коррелирует с мотивационными факторами прежде всего прямого (параметры отрасли, конкурентов и контактных аудиторий) и в меньшей степени косвенного (демографические и социокультурные) влияния.

8. Стремление предприятий обеспечивать свою экономическую безопасность путем минимизации риска производства и захвата новых рынков в равной мере обусловлено мотиваторами из общего (экономического, научно-технологического, политического) и ближайшего (характеристики отрасли, рынка рабочей силы, поведение конкурентов и поставщиков) окружения.

9. Необходимость выработки стратегических программ развития относится к наименее институционализированным мотивам рыночных предприятий, поскольку она обусловлена лишь двумя мотиваторами – изменениями в экономическом окружении и поведении потребителей.

10. То же самое относится к социальной ответственности бизнеса – этот мотив включается лишь параметрами рынка рабочей силы и взаимодействием с контактными аудиториями.

11. В отличие от этого, желание быть готовыми к работе на мировом рынке достаточно глубоко институционализировано в деятельности рыночных предприятий – оно взаимосвязано как с косвенными мотивационными факторами общего (экономического, демографического, социокультурного, политического), так и прямыми ближайшего (контактные аудитории) окружения.

Таким образом, выполненное исследование позволило автору доказать, что мотивационная деятельность субъектов хозяйствования в рыночной экономике формируется на основе важнейших макрохозяйственных черт индустриальной экономики. Этими чертами обусловлено существование целого ряда мотивационных институтов (внешних мотиваторов) рыночной среды. Мотиваторы, в свою очередь, выступают детерминантами внутренних

мотивов функционирования и взаимодействия субъектов хозяйствования – предприятий с другими участниками рынка.

Литература: 1. Веблен Т. Теория праздного класса. Институциональная экономика / Т. Веблен ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с. 2. Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность: ошибки социализма / Ф. А. Хайек. – М. : Изд-во "Новости", 1992. – 304 с. 3. Кузьминов Я. И. О вульгарных тенденциях в политической экономии / Я. И. Кузьминов // Истоки: Вопросы истории народного хозяйства и экономической мысли. – М. : Мысль, 1990. – С. 7–26. 4. Семикина М. В. Соціально-економічна мотивація праці: методологія оцінки ефективності та принципи регулювання / М. В. Семикіна ; відп. ред. В. В. Онікієнко. – Кіровоград : ППВЦ "Мавік", 2004. – 124 с. 5. Ткач А. А. Інституційні основи ринкової інфраструктури : монографія / А. А. Ткач. – К. : НАН України ; Об'єднаний інститут економіки. 2005. – 295 с. 6. Яременко О. Л. Переходные процессы в экономике Украины: институциональный аспект / О. Л. Яременко. – Харьков : Основа, 1997. – 182 с. 7. Нуреев Р. М. Основы экономических теорий: Микроэкономика : учебник для вузов / Р. М. Нуреев. – М. : Высшая школа, 1996. – 447 с. 8. Lowe A. On Economic Knowledge. Toward a Science of Political Economics / A. Lowe. – N.Y., 1965. – 260 p.

Стаття надійшла до редакції
02.03.2010 р.

УДК 338.48-61

Зима О. Г.

КАРНАВАЛ ЯК СКЛАДОВА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

Анотація. Визначено зростаючу роль карнавалів як складової в'їзного туризму у відновленні економік країн-організаторів та залученні нових робочих місць для проведення й обслуговування заходів.

Анотация. Определено возрастающую роль карнавалов как составляющей въездного туризма в восстановлении экономик стран-организаторов и привлечении новых рабочих мест для проведения и обслуживания мероприятий.

Annotation. A great role of carnivals as a part of incoming tourism in renovation the economics of the countries-organisers and attraction of new vocations for organization and serving of events is suggested.

Ключові слова: карнавал, подія, карнавальний тур, карнавали світу.

Одним із засобів спілкування, який дозволяє, з одного боку, враховувати соціальні та культурні особливості країни-організатора туристичного бізнесу, а з іншого – формувати лояльність споживачів, є карнавали. Карнавали є різновидом подієвого туризму, який приносить прибутку, що і зумовлює актуальність проблеми, висвітленої в даній статті. У статті 6 Закону України "Про туризм" [1] держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для

туристичної діяльності й однією зі складових є розвиток карнавално-фестивального туризму.

Мета статті полягає в історично-географічному окресленні розвитку світового карнавалного руху, виявленні основних характеристик середньовічних карнавалів, систематизації найбільших світових та європейських карнавальних свят та мети їх проведення в узагальненому формуванні туристичного комплексу держави.

Для досягнення мети у статті запропоновано вирішення таких завдань: проаналізувати особливості карнавалів як складової подієвого туризму; виявити можливі шляхи подальшого розвитку карнавалів як складової подієвого туризму.

Карнавал – це святкове дійство, спрямоване на отримання емоційного задоволення від неформального спілкування в умовах гри, театралізації, більшої, ніж у повсякденному житті, свободи дій. Так, міжнародний фестиваль піротехніки у штаті Луїзіана (США) відвідує до трьох мільйонів глядачів. Велику кількість шанувальників яскравих видовищ збирають окремі лазерні та танцювально-розважальні шоу.

Учасники карнавальних турів висувають підвищені вимоги до засобів розміщення, особливо до їхнього класичного типу – до готелів, транспорту, а саме зручність доставки до місця події, підприємств громадського харчування й до послуг гідів-перекладачів. Особливість карнавалного туризму в тому, що щорічно він поповнюється новими подієвими турами, які з випадкових переходять у розряд регулярних. При організації "карнавальних" турів слід урахувати цілий ряд вимог туристів [2]:

- місце розташування готелю – поруч із місцем, де проходять карнавальні заходи;
- наявність ресторанів і якісного харчування;
- архітектура готелю – стародавній стиль;
- інтер'єр номерів і колірна гама;
- кількість обслуговуючого персоналу;
- наявність магазинів або пунктів прокату карнавальних костюмів.

Найпопулярнішим Південноамериканським карнавалом є карнавал в Ріо-де-Жанейро, де лише трибуни спеціально збудованого самбодрому вміщують більше 850 тис. глядачів. Найбільшими карнавалами Північної Америки є Вест-Індійський карнавал у Нью-Йорку (3 млн чол.), Карібана-карнавал у Торонто (1,5 млн чол.), зимовий карнавал у Сент-Полі (США) [3].

В Європі найбільше туристів збирають карнавали Лондона (до 2 млн чол.), Кельна (більше 1,5 млн чол.), Берліна (Карнавал культур світу – близько 1,5 млн чол.), Ніцци (більше 1 млн чол.). Найбільшими карнавалами Європи вважаються Венеціанський, Римський, Валенсійський, Авіньйонський, Ліонський, карнавали Кельна і Нюрнберга, Є великі карнавали в Африці (ПАР, Ангола), Південно-Східній Азії, Австралії [3].

Кожен з карнавалів, поряд із загальноприйнятими, має і притаманні лише йому риси і форми. Так, Венеціанський карнавал носить яскраво виражене маскарadne забарвлення. Його учасники не лише перевдягались у спеціальні костюми, а й ховали своє обличчя під маскою. Маска уособлювала в собі радість змін і перевтілень, відміну ієрархій і будь-яких норм та заборон.

Переважає більшість карнавалів входить у програми перебування туристів у тій чи іншій країні – організатори цього дійства.

Причин популярності карнавалів декілька. По-перше, будь-яке святкове дійство – це ефективний відпочинок людини, і люди користувалися можливістю відпочити після важких трудових буднів. По-друге, карнавал пізнього Середньовіччя і епохи Ренесансу був своєрідним протестом проти церковно-королівської влади та її офіційної культури. По-третє, карнавал – це свято всездозволеності, коли люди-

на відходила від обмежень і заборон повсякденного життя та могла задовольнити більшість своїх фізіологічних і духовних потреб. По-четверте, карнавал – це свято прощання зими і зустріч весни, свято оновлення та надій.

Приблизно до XV ст. в Європі створилася цілісна структура карнавалу, сформувалися його зміст і засоби виразності.

Основними характеристиками середньовічного карнавалу були такі:

- відміна ієрархічних відносин на час святковостей;
- амбівалентність карнавальних дійств (одночасне заперечення і ствердження, смерть та народження, висміювання й возвеличення);
- розподіл людського тіла на дві його складові (все, що вище шлунку, – то від Бога, що нижче – від чорта);
- спрямованість карнавалу в майбутнє.

Кращим відпочинком є зміна навколишнього середовища і роду діяльності. Достатньо людині хоча б на тиждень залишити звичне середовище існування, вона відразу відчуває підвищення життєвого тону. Здатність карнавалів збирати величезну аудиторію привела до того, що наразі вони стали не лише культурними, але й комерційними заходами.

Найбільший зиск від карнавалів має сфера туризму. Під час проведення великих святковостей карнавалного типу навіть такі мегаполіси, як Лондон, Париж, Ріо-де-Жанейро, Нью-Йорк відчувають нестачу вільних місць у готелях. Туристи під час карнавалу не схильні заощаджувати на розвагах, тому прибутки барів, ресторанів, магазинів, атракціонів різко збільшуються. Це при тому, що ціна на готельні послуги на час карнавалу суттєво підвищується.

Вартість "карнавальних турів" дещо, а інколи значно, вища, ніж вартість звичайних, хоча останні мають більш подовжену і різноманітну програму.

Значущість карнавалного руху для світової культури й економіки призвела до ідеї об'єднання зусиль різних міст, країн у справі підвищення його ефективності.

З'являються численні карнавальні асоціації, об'єднання і товариства. З одного боку, ці асоціації переймаються накопиченням коштів для організації конкретного карнавалу чи низки святковостей карнавалного типу. З іншого – створюють умови для обміну досвідом, забезпечення безпеки під час карнавалу, накопичення необхідної інформації. Нині існують національні, регіональні, міжнародні карнавальні асоціації.

Однією з найвпливовіших організацій Північної Америки є Вест-Індійська карнавальна асоціація (WIACA). Але наймасовішою у світі стала Асоціація європейських карнавальних міст (FECE – Foundation European Carnival Cities). Вона об'єднує 100 міст з 52 країн світу. Цікаво, що членами FECE є не лише європейські країни, а й країни інших частин світу.

Метою карнавалу є [2]:

- створення принципово нового, позаполітичного свята, яке б активізувало культурно-дозвілєву діяльність не лише мешканців країни-господаря, а й гостей з інших країн;
- повноцінне входження у світовий карнавальний рух;
- реклама національного виробника.

Далі дамо основні характеристики найвідомішим карнавалам світу.

Карнавал в Ріо-де-Жанейро складається з двох частин:

- народний карнавал, що стихійно проходить вулицями й площами міста;
- офіційний, що відбувається на спеціально збудованому у 1984 р. самбодромі, з алеєю, довжиною 700 м і шириною 13 м.

Далеко не всі охочі можуть потрапити на самбодром: декому не вистачає коштів на квиток, багатьом – самого квитка, а дехто просто не бажає бути споглядальником карнавалного шоу, сповідуючи принцип карнавалу

– “Немає споглядальників, усі учасники”. Саме тому масовість народного карнавалу можна порівняти з масовістю офіційного. Хоча підрахунки вести дуже важко, оскільки туристи, які приїхали не за путівками, знімають приватні квартири, кімнати, кутки, а багато з них взагалі не наймають житло.

Програма народного свята складається з виступів шкіл самби, що не потрапили на офіційний карнавал, стійких театралізацій, масових танців, ігор, конкурсів.

На відміну від народного, офіційний карнавал має чітку програму, сценарій, команду професійних режисерів, техніків, художників. Традиційно відкриває карнавал церемонія передачі мером Ріо-де-Жанейро ключів від міста карнавалюму королю Момо. Цей ритуал дає сигнал до початку карнавалу, головною подією якого є наймасовіше і найяскравіше шоу у світі – святкова хода алеєю самбодрому найкращих шкіл самби.

Школа самби – це великий карнавальний клуб, головними об’єднуючими чинниками якого є запальний народний танець-самба і бажання перемогти в карнавалюму змаганні. Починаючи з 1970-х рр. школи перетворюються на справжні “фабрики карнавалу”. Саме завдяки школам самби Бразильський карнавал має ті унікальні форми і зміст, які приваблюють до Бразилії мільйони туристів.

Школи працюють цілий рік, маючи всю необхідну інфраструктуру. Фантасмагорія карнавалюної ходи – це результат річної роботи, про яку глядач не підозрює. Процес підготовки до карнавалу триває упродовж всього року. Бали і репетиції, на які за певну платню допускається публіка, комерціалізація культурної продукції, створення професійних танцювальних груп, допомога банків у проведенні “бічо” (різновиду лотереї) приносять значно більше прибутку, ніж щомісячні внески членів асоціації самби.

Карнавал у Ріо будується за принципом змагальності між найкращими школами самби. Вони проходять регіональні відбори, щоб потрапити на самбодрум.

Карнавальні дійства відбуваються упродовж чотирьох діб, але кульмінація настає в останні дні – в суботу й неділю, коли по самбодрому проходять найкращі школи. Кількість представників від школи на карнавалі коливається від 3 до 6 тис. Кожен з них одягнений у спеціально пошитий, а часто і змонтований костюм. Костюми можуть мати вагу 10 – 15 кг, а вага чоловічих карнавальних “збруй” інколи досягає 80 кг.

Репутацією однієї зі “святкових” країн користується Італія. Найбільш популярним є карнавал у Венеції, який щорічно проходить у лютому. Перші відомості про Венеціанський карнавал датовані 1094 р. Духовними батьками цього заходу вважають венеціанських аристократів, які вигадали його для того, щоб виправдати своє бажання покрасуватись один перед одним у пишних вбраннях.

За законами середньовічного карнавалу на час його проведення скасовувались усі соціальні умовності: кожен міг робити все, що йому заманеться. Але, щоб уникнути осудження його дій з боку інших людей, венеціанець ховав своє обличчя під маскою.

З того часу маска стала основним символом Венеціанського карнавалу, а сам карнавал перетворився на маскарад. Костюм і маска тепер є основними засобами виразності цього “свята перевтілення”. Протягом 10 днів у місті відтворюється святкова атмосфера XVIII ст. – кавалькади, традиційні церемонії, усілякі паради й маскаради невтомно змінюють один одного на гучних і строкатих вулицях. Але насправді туристи з’їжджаються до Венеції задовго до офіційного відкриття свята, а залишають його далеко не відразу після його закриття. Тому карнавальні дійства відбуваються приблизно впродовж місяця. Щорічно на карнавал у Венецію приїжджають більше 500 тис. туристів з різних країн світу. Карнавал відкривається святом звільнення венеціанських дівчат, “викрадених” пірата-

ми з Істрії. Святковий хід починається від палацу Св. Петра й закінчується на площі Св. Марка, де спалюється символічне опудало. Свято продовжується танцями й салютом з конфетті. Незважаючи на порівняно низьку видовищність святкових заходів, прохолодну погоду кінця зими, обмежену площу карнавальних дійств, влада Венеції вкупі з бізнесовими структурами, що вкладають кошти в карнавал, щорічно досягає двоєдиної мети – підтримує місцеву культурну традицію і заповнює туристичну нішу міжсезоння, що дуже позитивно впливає на наповнення міського бюджету. У лютому також проходить карнавал у Віареджо. Цей карнавал відомий частю величезних ляльок-двійників, що пародіюють знаменитих людей і відомих політичних діячів. Кілька днів триває парад, що складається з безлічі візків з ляльками. Парад закінчується феєрверком. У місті Ченто, що є побратимом Ріо-де-Жанейро, на святкових гулянках танцюють бразильські балерини. У місті Іврея карнавал закінчується апельсиновим боєм, започаткованим у 1195 р. [4].

Ноттінг-Хілл карнавал (Notting-Hill Carnival) у Лондоні – один з наймасовіших карнавалів у Європі. Ноттінг Хілл – це район Лондона, в якому мешкають емігранти, переважно з Вест-Індії. У традиції цього району ще з часів його появи на карті Лондона було святкування побутових народних свят просто неба, на вулицях і площах. Ця традиція призвела до того, що в 70-ті рр. XX ст. мешканці району почали влаштовувати святкові процесії вулицями району в яскравих народних вбраннях у супроводі “металевих барабанів” (каструль і баків). Це було проявом ностальгії емігрантів за сонцем, теплом, яскравими кольорами колишніх Вест-Індійських колоній Англії на фоні сірого, дощового Лондона.

З часом до карибських емігрантів почали приєднуватись вихідці з Африки, які живуть не лише в Британії, а й в інших європейських державах: Швейцарії, Бельгії, Голландії. До них додалися представники неформальних об’єднань (клуби, реггі, оркестри “металевих барабанщиків”, хіпі) і, звичайно, туристи, яких з кожним роком стає все більше. Уже нині загальна кількість учасників сягнула більше 2 млн чол. Усі вони можуть брати участь у карнавальній ході, довжина якої доходить до 5 миль. Карнавал починається у неділю. Цей день належить дітям, які створюють своє, дитяче свято. А в понеділок починається свято дорослих. Карнавальну ходу розпочинають джазові і реггі оркестри (“стара школа”). За ними йдуть чи їдуть на відкритих вантажівках команди, що виконують сучасну музику у стилях реп, фанк, соул, сальс, джангл, хаус тощо. За оркестром йде процесія під назвою “Mas” (скорочено від “маскарад”). Процесія рухається в танці, вибираючи в себе нових учасників з числа туристів. Як і в більшості світових карнавалів, карнавальна хода – це лише частина свята. Оскільки подія відбувається влітку, а саме 29 – 30 серпня, багато заходів організовано просто неба: вечірки у стилі “Ямайка” та ін. Форма Ноттінг-Хілл карнавалу – музично-танцювальна театралізація. У ній поєднується традиційна культура народів з сучасними її проявами.

На Британських островах є ще декілька цікавих карнавалів. У м. Стенфорд проходить суто дитячий карнавал, в Еллінгтоні – Пожежний карнавал.

Шанують карнавали і в Німеччині, де кожен населений пункт влаштовує свято весни з традиційною костюмованою ходою по головній вулиці. У Німеччині 11 листопада в 11 годин 11 хвилин починаються карнавали в Кельні, Бонні, Дюссельдорфі й Майнці. Найбільш відомий і популярний карнавал проходить у Кельні. Увесь листопад відбуваються засідання карнавальних комітетів, на яких вибирається принц карнавалу. Обер-бургомістр вручає йому ключі від ратуші. Через 3 місяці, в останній четвер лютого (“жіночий четвер”), жінки, одягнені в карнавальні костюми, захоплюють ратушу й повідомляють про початок зимового

карнавалу. У цей день жінкам дозволене все. Якщо жінці щось не сподобається в чоловікові, вона може відрізати йому шматок краватки і причепити його собі на сукню. У п'ятницю чоловіки можуть поквитатися з жінками за допомогою губної помади і фарби для волосся. Своєї кульмінації свято досягає в "рожевий понеділок". У цей день близько 1,5 млн чоловік беруть участь у святковій ході й везуть величезних ляльок з папье-маше. У "фіалковий вівторок" сплянуть велике солом'яне опудало. Закінчується карнавал у "попільну середу", коли всі малюють на чолі попелясті хрести та їдять рибні блюда. Одна з традицій карнавалу – розкидання солодоців. Саме тому багато людей ходять з парасольками: якщо розкрити її ручкою догори, можна виймати багато цукерок [4].

Серед французьких карнавалів виділяється карнавал у курортному місті Ніцца. Він має назву "Король Європи" і відбувається в лютому впродовж 15 днів. Перші згадки про карнавал у Ніцці датуються кінцем XIII ст. Головними подіями сучасного карнавалу стали Парад світла, Парад квітів, Парад голів (величезні макети голів вагою до 2 т і розміром до 12 м рухаються по місту на візках), Битва квітів, що відбувається на центральній курортній променада-алеї.

У перший день у відкритті свята беруть участь 20 карнавальних платформ і 600 велетенських великоголових ляльок. Вуличні аніматори залучають людей до дії. На Масляну відбувається фінальний хід – парад квітів. У ньому беруть участь квіткові команди, які представляють свої уквітчані живими квітами платформи, довжиною 7 м, шириною 2 м, висотою 6 м. На уквітчання однієї платформи потрібно від 4 до 5 тис. квітів. Завершує програму фестивалю ритуал спалення опудала Карнавалу на пляжі і грандіозний феєрверк.

В Іспанії центром карнавалів є Канарські острови, а саме м. Санта-Круз – столиця острова Тенерифі. Із другої половини XVIII ст. тут проводяться маскарадні ходи. Також популярні "яєчні бої" (яйця наповнювалися борошном або пудрою). У наші дні "бої" проходять із застосуванням конфетті й серпантину. Центральна подія – бій на верблюдах, а також знаменита церемонія "похорон сардини".

Популярні у світі карнавали мають не лише великі туристичні центри, а й провінційні маленькі містечка. Прикладом організації цікавого карнавалу може слугувати бельгійське містечко Бенш, карнавал має своїх героїв – Жиллі – велетенських фігур у жовтих костюмах. Вони можуть бути "живими", а можуть набути вигляду солом'яних опудал, які потім спалюються. У перший день карнавалу влаштовується парад костюмів. Другий віддано молоді, яка реалізує на площах і вулицях міста свої карнавальні фантазії. У третій день по місту розгортаються апельсинові бої, основними дійовими особами яких є Жиллі. Незважаючи на периферійність, карнавал у м. Бенш став однією з найпомітніших культурно-розважальних і туристичних подій Європи.

Новизна статті полягає у проведенні аналізу програм карнавалів та отриманні подальшого розвитку систематизованого підходу до безпосередньої організації карнавальних турів як складової подієвого туризму, що дозволить впевненіше запроваджувати карнавальну форму проведення дозвілля як для туристів, які відвідують нашу державу, так і для громадян України.

Навіть декілька проаналізованих прикладів говорять про різноманітність, різнобарвність карнавальної культури. Її корені сягають у глибину історії, підживлюються народним духом, фольклором, музикою, співом, танцями, грою. Нагальною проблемою організаторів карнавалу стала проблема паритетності двох основних його складових – культурної й економічної. Туризм як соціально-культурне явище, що суттєво впливає і на економічні процеси, міг би посприяти вирішенню цієї проблеми. Нині карнавал є об'єктом культурно-розважального туризму. Динаміка

туристичних світових потоків, які спрямовано на карнавали, позитивна. Популярність карнавалів тепер і їх перспективність у майбутньому очевидна. Організація і проведення карнавалів у містах України значно сприяла б розвитку як в'їзного, так і внутрішнього туризму.

Література: 1. Закон України "Про туризм" в редакції від 18.11.2003 р. № 1282-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.liga.net/. 2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма : учебн. пособ. / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону, 2008. – С. 122. 3. http://ru.wikipedia.org/wiki/Праздник#cite_note-0. 4. <http://www.-calend.ru/holidays/0/0/15>.

*Стаття надійшла до редакції
02.03.2010 р.*

УДК 336.717.061

Стаховський А. В.

НЕЦІНОВЕ ОБМЕЖЕННЯ РОЗМІРІВ КРЕДИТІВ ЯК МЕХАНІЗМ ВПЛИВУ НА УПРАВЛІННЯ ЛІКВІДНІСТЮ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Анотація. Розглянуто та проаналізовано вплив розмірів окремо наданих кредитів на погіршення ліквідності комерційних банків під час кризи; можливість обмеження розмірів кредитів до настання кризи. Проведено аналіз моделей ліквідності та зроблено висновки про неврахування в таких моделях відносно великих розмірів кредитів на фоні гіперпідвищення цін на об'єкти кредитування, а саме неврахування впливу на майбутню ліквідність банку у разі настання кризи.

Аннотация. Рассмотрено и проанализовано влияние размеров отдельно предоставленных кредитов на ухудшение ликвидности коммерческих банков во время кризиса; возможность ограничения размеров кредитов до наступления кризиса. Проведен анализ моделей ликвидности и сделаны выводы про неучетение в таких моделях фактора относительно больших размеров кредитов на фоне гиперповышения цен на объекты кредитования, а именно неучетение влияния на будущую ликвидность банка в случае наступления кризиса.

Annotation. The influence of credit amounts over the commercial banks liquidity during financial crisis are examined and analyzed, also the opportunity of the credit limits restriction before the crisis is considered. The liquidity models analysis and the neglecting of large volume credits except in concerning of future banks liquidity in case of the crisis are showed.

Ключові слова: ринок іпотеки, іпотечний кредит, відсоткова ставка, ціна, регулювання, початковий внесок, ліквідність.

На сьогодні відомим фактом є те, що кризі, яка розпочалась у вересні 2008 р. передувало стрімке зрос-