

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
РАДА МОЛОДИХ ВЧЕНИХ



Всеукраїнська науково-практична конференція молодих вчених

**«ГЛОКАЛІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ ІННОВАЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ»**

З нагоди дня народження Симона Літмана

м. Одеса, 16 жовтня 2025 року

ОДЕСА – ОНЕУ – 2025

Г 54 Глокалізаційні аспекти інноваційного розвитку економіки: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених (Одеса, 16 жовтня 2025 р.) [Електронний ресурс]. – Одеса: ОНЕУ, 2025. – 354 с.

Наукові праці, що представлені в цьому збірнику, присвячені теоретичним, організаційним та правовим проблемам інноваційного розвитку економіки України та світу. Конференція проводиться Радою молодих вчених Одеського національного економічного університету. Видання розраховане на дослідників, викладачів і студентів економічних спеціальностей, практикуючих економістів, юристів, аналітиків, працівників органів державного управління.

Тези доповідей подано в авторській редакції. Усю відповідальність за достовірність і коректність змісту несуть автори. Редакційна колегія може не поділяти повністю або частково думки авторів.

Організаційний комітет:

Голова: Ковальов Анатолій Іванович, доктор екон. наук, професор, ректор ОНЕУ

Заступники голови: Літвінов Олександр Сергійович, доктор екон. наук, професор, проректор з наукової роботи ОНЕУ

Секретар оргкомітету: Кулікова Єлизавета Олександрівна, старший викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку ОНЕУ, голова Ради молодих вчених ОНЕУ

Члени оргкомітету:

Андрій АНДРЕЙЧЕНКО – доктор екон. наук, професор, зав. кафедри економіки, права та управління бізнесом ОНЕУ

Марина СЛАТВІНСЬКА – доктор екон. наук, професор, зав. кафедри фінансів ОНЕУ

Алла ГАВРЮТИНА – зав. відділу аспірантури та докторантури ОНЕУ

Раїса ГРІНЧЕНКО – доктор. екон. наук, професор, зав. кафедри економіки підприємства та організації підприємницької діяльності ОНЕУ

Ірина ДАВИДЕНКО – канд. екон. наук, доцент, зав. кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу ОНЕУ

Софія ДОМБРОВСЬКА – канд. екон. наук, ст. викладач кафедри фінансового менеджменту та фондового ринку ОНЕУ

Ольга ЄРМАКОВА - доктор екон. наук, професор кафедри міжнародних економічних відносин ОНЕУ

Людмила ЖДАНОВА – доктор екон. наук, доцент, професор кафедри загальної економічної теорії та економічної політики ОНЕУ

Анастасія ЗЕРКАЛЬ – доктор екон. наук, професор кафедри Маркетингу та логістики, директор Навчального центру «Освіта для бізнесу та кар'єри» НУ «Запорізька політехніка»

Володимир КАРПОВ – канд. екон. наук, доцент, начальник НДЧ ОНЕУ

Вікторія КОВАЛЕНКО – доктор екон. наук, професор, професор кафедри банківської справи, головний редактор збірника «Науковий вісник ОНЕУ»

Інна КУЗНЕЦОВА – доктор екон. наук, професор, зав. кафедри менеджменту організацій ОНЕУ

Марина САЄНСУС – доктор екон. наук, доцент, зав. кафедри маркетингу та міжнародної логістики ОНЕУ

Наталія ЛОХАНОВА – доктор екон. наук, професор, зав. кафедри бухгалтерського обліку, аналізу та аудиту ОНЕУ

Наталія МАСЛІЙ – доктор економ. наук, професор, професор кафедри світового господарства та міжнародних економічних відносин, Голова ради молодих вчених ОНУ ім. І. І. Мечникова, Голова РМВ при ООДА

Дарина ВЕРШИНІНА – голова Ради молодих вчених Харківського національного університету міського господарства ім. О.М. Бекетова, кан. екон. наук

Дмитро МАРИНОВ – PhD, старший викладач кафедри статистики та математичних методів в економіці Одеського національного економічного університету

Дар'я КРАВЕЦЬ – PhD, старший викладач кафедри маркетингу та міжнародної логістики, керівник відділу маркетингу та громадських комунікацій Одеського національного економічного університету

Пирогов Т.С.	
ESG СТРАТЕГІЯ БАНКІВСЬКОГО ПОРТФЕЛЬНОГО ІНВЕСТИВАННЯ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	235
Солошенко М.О.	
ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ДРАЙВЕР ІНТЕГРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ І БАНКІВ.....	237
Суліма В.В.	
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ.....	239
Ткаченко В.В.	
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ КРЕДИТНОЇ ПОЛІТИКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ.....	241
Фомічов М.М.	
НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕПОЗИТНОЇ ПОЛІТИКИ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ.....	243
Ярич І.Я.	
ЦІФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	245
Моховіков С.О.	
ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ В ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ БАНКІВ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	248
ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ	
ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИМИ КОМПЛЕКСАМИ	
Вовк В. Ю.	
ХМАРНІ СЕРВІСИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	250
Дикий П.Д., Удовіка К.І.	
ОРГАНІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОКАЛЬНОЇ МЕРЕЖІ СМАЖАРЕНЬ У РЕЖИМІ LOW-DATA.....	252
Дідняк А.В.	
ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ В УМОВАХ МІЖГАЛУЗЕВОЇ КОНКУРЕНЦІЇ.....	254
Козловський Р.С.	
ДОСВІД РІЗНИХ КРАЇН У ВІДНОВЛЕННІ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ ПІСЛЯ ГЛОБАЛЬНИХ КРИЗ.....	256
Курепін В.М., Сухорукова А.Л.	
ВЗАЄМОДІЯ З ОРГАНАМИ ВЛАДИ, МІСЦЕВИМИ СПІЛЬНОТАМИ ДЛЯ СТВОРЕННЯ СЕРЕДОВИЩА РОЗВИТКУ	
ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ.....	258
Разінкін Н.С.	
СПРІЯННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ ПОСЛУГ.....	260
Ремігайло І.Ю.	
СИНЕРГІЯ REVENUE MANAGEMENT ТА ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ.....	262
Сергієнко Т.І., Руга Н.А.	
ВПЛИВ ВІЙНИ НА РОЗВИТОК НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	264
Шикіна О.В., Барішнікова В.С.	
УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВОМ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	266
Шикіна О.В., Коваленко О.О.	
ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ АНІМАЦІЙНИХ ПРОГРАМ У ГОТЕЛІ CAVALLINO BIANCO FAMILY SPA GRAND HOTEL.....	268
Шикіна О.В., Горбенко Д.В.	
КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	270
Шикіна О.В., Запороженко І.Р.	
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	272
Шикіна О.В., Каземірова Д.О.	
ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	273
Шикіна О.В., Кобзєва Т.А.	
ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕРЕЖІ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНТСТВ «ПОЇХАЛИ З НАМИ».....	275
Дикий П.Д., Чередниченко С.Ю.	
МЕРЕЖЕВІ ФОРМИ КООПЕРАЦІЇ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ.....	277
Шикіна О.В., Коваленко О.О.	
ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «MAESTRO HOTEL MANAGEMENT».....	279
Шикіна О.В., Ночовна Д.Ю.	
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ SHERATON.....	281
Шикіна О.В., Осітківська П.О.	
ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ ФРАНЧАЙЗИНГУ В ТУРИЗМІ.....	283
Шикіна О.В.	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ.....	285
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ	
Koverza V.	
GLOCAL DETERMINANTS OF THE INNOVATIVE DEVELOPMENT OF UKRAINE'S FINANCIAL MARKET.....	286
Біла О.С.	
АНАЛІЗ ТА УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РИЗИКАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	288
Білоус О. Ю	
ФІНАНСОВА БЕЗПЕКА РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.....	290
Білоус К.І.	
ВИЗНАЧАЛЬНІ ФАКТОРИ ДОХІДНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ОБЛІГАЦІЙ У ВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	292
Бондаренко П.В.	
ФІНАНСОВО-ПРАВОВА РЕАКЦІЯ СТРАХОВОГО СЕКТОРУ НА ЗАТОПЛЕННЯ ОДЕСИ 30 ВЕРЕСНЯ 2025 РОКУ.....	294
Греміт К.С.	
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ПЕРЕСТРАХОВОГО РИНКУ ТА ПЕРЕСТРАХОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ.....	296
Грубник О.М.	
ФІНАНСОВІ РИЗИКИ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ У ВОЄННИЙ ТА ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД.....	298
Івашенко М. В.	
РОЛЬ ЦИФРОВИХ ГРОШЕЙ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ.....	300
Litvinova L. R.	
THE IMPACT OF RUSSIA'S ARMED AGGRESSION AGAINST UKRAINE ON THE DEVELOPMENT AND STABILITY OF THE FINANCIAL SECTOR	
OF THE ECONOMY.....	302
Lіttіh M. C.	
АКТУАЛЬНІ ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ.....	304
Кулікова Є.О.	
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ.....	306
Мартінова Т.П.	
ЕФЕКТИВНІСТЬ РИЗИК-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ У ФІНАНСОВОМУ МОНІТОРИНГУ ДЛЯ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ.....	308
Менабдішвілі Д. Г.	
РИНОК КОРПОРАТИВНИХ ОБЛІГАЦІЙ В УКРАЇНІ: ІНСТИТУЦІЙНА АСИМЕТРІЯ, ЛІКВІДНІСТЬ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ.....	310
Нікіфорчук А.І.	
ESG-ФІНАНСУВАННЯ ЯК НОВИЙ НАПРЯМ СТРУКТУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ НА ФІНАНСОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ.....	312

Шикіна О.В.

доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

Ночовна Д.Ю.

здобувач освіти за спеціальністю «Туризм та рекреація»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ SHERATON

Готельна мережа Sheraton була заснована у 1937 році підприємцями Ернестом Гендерсоном та Робертом Муром [1-2]. Вони придбали кілька готелів у штаті Массачусетс і з самого початку поставили перед собою мету створити єдиний бренд із впізнаваною назвою та стабільним рівнем обслуговування. Цікаво, що сама назва «Sheraton» з'явилася випадково: один із перших готелів уже мав велику світлову вивіску з цим словом, і підприємці вирішили використати його як бренд, щоб уникнути витрат на нову рекламу.

Уже в 1940-х роках мережа активно розширювалася по території США. Sheraton стала першою готельною компанією, яка вивела свої акції на Нью-Йоркську фондову біржу (1947 рік), що дозволило залучати додаткові інвестиції для подальшого розвитку. Це стало важливою віхою в історії, оскільки саме Sheraton заклала основу для перетворення готельної справи з локального бізнесу у масштабну корпоративну структуру.

У 1949 році було відкрито перший готель за межами США – у Канаді, що стало початком розширення. Протягом 1950-1960-х років компанія вийшла на ринки Центральної та Південної Америки, Європи, Близького Сходу та Азії.

Однією з головних стратегій Sheraton у цей період було створення мережі готелів, які гарантували однаковий рівень комфорту та сервісу незалежно від країни. Важливою інновацією стало запровадження у 1965 році комп'ютеризованої системи бронювання Reservatron, яка значно спростила процедуру резервування номерів та підвищила ефективність роботи. Sheraton стала однією з перших готельних мереж, що застосувала новітні інформаційні технології у сфері гостинності.

Крім того, саме в цей період компанія почала активно розвивати напрямок конференц-готелів, орієнтованих на бізнес-туризм. Це дозволило залучати нові категорії клієнтів та сформувати імідж сучасної мережі, що відповідає потребам глобалізованої економіки.

У 1980-х роках Sheraton увійшла до складу великої американської корпорації ITT Corporation. Це дало можливість залучати значні фінансові ресурси для модернізації існуючих готелів та будівництва нових об'єктів у різних країнах світу [3].

Наступним етапом стало придбання мережі у 1998 році компанією Starwood Hotels & Resorts Worldwide. У цей період Sheraton зосередилася на оновленні бренду, реконструкції багатьох готелів та впровадженні сучасних стандартів обслуговування.

У 2016 році відбулася подія, яка суттєво вплинула на подальшу історію Sheraton: корпорація Marriott International придбала Starwood, об'єднавши два готельних гіганти. У результаті Sheraton стала частиною найбільшої у світі готельної групи. Це дозволило бренду інтегруватися в глобальну систему програм лояльності (Marriott Bonvoy), отримати доступ до інноваційних технологій управління, а також зміцнити свою конкурентоспроможність на міжнародному ринку.

Сьогодні готельна мережа Sheraton входить до складу корпорації Marriott International, яка є найбільшою у світі готельною групою. Завдяки інтеграції до глобальної структури, Sheraton отримала можливість модернізувати свої об'єкти, застосовувати сучасні інформаційні технології та брати участь у масштабних програмах розвитку.

Станом на сьогодні мережа налічує понад 440 готелів у більш ніж 70 країнах світу. Вони розташовані у ключових туристичних та бізнес-центрах: Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токіо, Дубай, Гонконг та ін. Бренд орієнтується на дві основні групи клієнтів: ділові мандрівники; туристи та відпочивальники.

Особливу увагу Sheraton приділяє оновленню дизайну та концепції готелів. У 2018 році компанія оголосила програму глобальної реновації, мета якої – зробити простори готелів більш відкритими, багатофункціональними та зручними для гостей різних категорій. Новий інтер'єр поєднує сучасний стиль із традиційними елементами бренду, зберігаючи атмосферу стабільності й надійності.

Участь у міжнародній програмі лояльності Marriott Bonvoy дає клієнтам Sheraton додаткові переваги: накопичення та використання бонусних балів, доступ до ексклюзивних пропозицій та привілеїв у більш ніж 8 000 готелях групи Marriott по всьому світу.

Таким чином, сучасний Sheraton – це бренд, що поєднує багаторічну історію та репутацію із сучасними технологіями та стратегіями розвитку. Він зберігає провідні позиції у сегменті готелів високого класу та продовжує залишатися важливою складовою світового ринку гостинності.

Література:

1. Нечева Н.В., Шикіна О.В. (2022) Місце готельних мереж на світовому ринку готельних послуг. Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія. 2022. № 9-10 (298-299). С. 131-137. URL: <https://cutt.ly/W8k3hzF>
2. Sheraton Hotels & Resorts. URL: <https://sheraton.marriott.com/about-us/>
3. ITT Sheraton Corporation. URL: <https://www.company-histories.com/ITT-SHERATON-CORPORATION-Company-History.htm>