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

УДК 336

JEL A-Z

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 ГАВРЮТІНА – 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

© ОНЕУ, 2025

© Автори тез, 2025

Пирогов Т.С.
ESG СТРАТЕГІЯ БАНКІВСЬКОГО ПОРТФЕЛЬНОГО ІНВЕСТУВАННЯ 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.
ЦИФРОВА 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.
СПРИЯННЯ 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., Баришникова В.С.
УДОСКОНАЛЕННЯ НАДАННЯ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВОМ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА....266
Шикіна О.В.,Врабіє В.В.
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., Запорожченко І.Р.
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНИХ МЕРЕЖ....272
Шикіна О.В., Каземіров 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.
ФУНКЦІОНУВАННЯГОТЕЛЬНОЇМЕРЕЖІ«MAESTROHOTELMANAGEMENT»....279
Шикіна О.В., Ночовна Д.Ю.
ХАРАКТЕРИСТИКА РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ SHERATON....281
Шикіна О.В., Осітковська 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
Іващенко 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
Літтіх М. С.
АКТУАЛЬНІ ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФІНАНСОВОГО РИНКУ....304
Кулікова Є.О.
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ПЕНСІЙНОГО СТРАХУВАННЯ УКРАЇНИ....306
Мартинова 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

Коваленко О.О
здобувач освіти за спеціальністю «Готельно-ресторанна справа»
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, Україна

ФУНКЦІОНУВАННЯ ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «MAESTRO HOTEL MANAGEMENT»

Maestro Hotel Management (MHM) належить до нового покоління українських керуючих компаній у сфері гостинності, що сформувалися оператори із фокусом на преміальному сегменті. Компанія декларує повний цикл послуг – від створення концепції та консалтингу до інтегрованого операційного управління готелями та ресторанами, – і позиціонує себе стратегічним партнером для девелоперів та інвесторів, які прагнуть підвищити ефективність активів і капіталізувати якість сервісу. На офіційному сайті MHM підкреслюється спеціалізація на 4-5* готельних комплексах та централізованих компетенціях (бренд-менеджмент, стандарти сервісу, F&B-менеджмент, IT/CRM, HR, аудит безпеки). Саме така організаційна конструкція, за логікою компанії, забезпечує «масштабованість якості» й контроль ключових драйверів дохідності [1].

В операційній моделі MHM видно три взаємодоповнювані блоки: розроблення концепцій (від аналітики ринку до бізнес-моделі та ДНК бренду), консалтинг (стандарти, процедури, запуск) та інтегроване управління (централізовані продажі, операційні процеси, контроль витрат). Така конфігурація відповідає сучасним практикам незалежного контрактного менеджменту в готельній індустрії, коли власники активів передають професійній керуючій компанії як ризики, так і операційні рішення, зберігаючи стратегічний контроль за інвестиційним циклом.

Географія реалізованих кейсів та управлінського портфеля зосереджена у провідних туристичних і ділових центрах країни, насамперед в Одесі та Львові. За матеріалами офіційного блогу і розділу «Portfolio» компанія оперує відомими об’єктами: серед одеських – M1 Club Hotel 5*, IL Decameron Luxury Design Hotel 5*, Villa Le Premier 5*, Wall Street 4*, Oleksandrivsky 4*; у Львові MHM управляє Best Western Plus Market Square Lviv 4*. Портфоліо також містить анонсовані та активні партнерства з девелоперами щодо відкриття нових готелів і курортних продуктів. У низці публікацій компанія прямо вказує на роботу в Києві та Буковелі, що узгоджується з її стратегією масштабування на національному ринку.

Самі готелі, на які спирається позиціонування компанії, мають підтверджену ринкову присутність у зовнішніх. Так, M1 Club Hotel і IL Decameron представлені на власних ресурсах та глобальних платформах бронювання, що додатково верифікує фактичну операційну активність та категоризацію; Best Western Plus Market Square Lviv комунікує професійне управління з боку MHM на своїх каналах.

Інституційний статус MHM підсилено публічними відзнаками. У 2025 році компанія увійшла до рейтингу Forbes Next 250 (категорія «креативні індустрії»), про що повідомляло офіційне видання Forbes Ukraine та низка загальнонаціональних ЗМІ. У хронології власних комунікацій MHM наводить агреговані орієнтири масштабу на дату публікацій: 14 готелів,

5 ресторанів, 750 номерів, 500+ співробітників і активи під управлінням близько $396 млн; окремі матеріали Forbes формулюють це як «керуюча компанія, що управляє 25 готелями та ресторанами» [2].

З погляду ринкової легітимації MHM послідовно нарощує «соціальний доказ» через партнерства з девелоперами і запуск нових продуктів. Повідомлення компанії про кооперації з LEV Development та проєкти в Карпатах (EMSHIR.VILLAS) – важливі індикатори переходу від класичного міського бутик-сегмента до курортного відпочинку, що диверсифікує дохідні потоки та розширює компетенції в управлінні сезонністю, MICE-попитом і рекреаційними пакетами. Для національної мережевої екосистеми такі зв'язки відображають еволюцію менеджерського know-how в умовах високої турбулентності попиту і пропозиції.

MHM демонструє риси «гібридного» керуючого агента: поєднання консалтингових послуг, контрактного управління та інвестиційно-девелоперського супроводу (постійний pipeline). Це відрізняє її від традиційних франчайзингових систем міжнародних готельних брендів, де корпоративний фокус – на франшизі та обмеженому операційному контролі. У випадку MHM вагомішим є «операційний» блок, централізовані продажі та сервісні стандарти, а також бренд-менеджмент на рівні об'єкта (white-label або співбрендинг із міжнародними мережами, як у випадку з Best Western у Львові). Ця модель краще узгоджується з українською структурою власності готельних активів, де приватні власники часто не мають доступу до глобальної франчайзингової інфраструктури або не готові до її витратного профілю [3].

Узагальнюючи, Maestro Hotel Management на тлі української індустрії гостинності виступає прикладом адаптивної керуючої компанії з виразним портфельним ядром у Причорномор'ї та на Галичині, із поступовою диверсифікацією у курортний і апарт-сегменти.

Література:

1. Офіційний сайт мережі «Maestro Hotel Management». URL: https://www.maestrom.com/

2. Рейтингу Forbes Next 250. URL: https://forbes.ua/profile/maestro-hotel-management-2479?

3. Підіпригора, О., & Шикіна, О. (2025). Розширення готельного бізнесу: франчайзинг, горизонтальна і вертикальна інтеграція. Соціальний розвиток: економіко-правові проблеми, (6). https://doi.org/10.70651/3083-6018/2025.6.05