

1. Традиційні методології. Передбачається покрокове виконання проекту з хронологічною реалізацією упорядкованих завдань. Найбільшого розповсюдження набула каскадна модель управління проектами, також відома як Waterfall [2].

2. Гнучкі методології. Передбачається розбиття робіт на невеликі етапи, що дає можливість постійно здійснювати моніторинг результатів та оперативно вносити актуальні корективи. До даної групи відносяться Scrum та Kanban.

Література

1. Importance of Project Management in a Digital Marketing Agency : Case Study.

URL: <https://www.proprofsproject.com/blog/project-management-involved-in-running-a-digital-marketing-agency/>

2. Comparing Project Management Methods: Agile, Traditional or Hybrid. URL:

<https://www.theprojectgroup.com/blog/en/agile-project-management-methods/>

УДК 658.8

Zimbalevska Yu.V.,

PHD in Economics, Associate Professor

Kyiv National University of Technologies and Design

BRAND FORMATION TO ENSURE UKRAINE'S INTERNATIONAL COMPETITIVENESS

Based on the indicators of the real volume of foreign investments, modern Ukraine is an insufficiently investment-attractive country for foreigners. First of all, it is advisable to try to change this situation with the tools of national branding, as it is considered to be an effective means of influencing modern world processes. The

effectiveness of national branding largely depends on the quality of the main stages of its formation:

1. Defining the goals and objectives of state branding.
2. Research of the formed stereotypes about the countries.
3. Formation of preferences, expectations, original features and characteristics that a positive brand of the state should have.
4. Development of strategy and tactics of state brand formation, covering the translation of the constructed state brand into real contexts (visual, verbal, communicative).
5. Control over the implementation of state branding programs.
6. Evaluation of intermediate results and adjustment in case of necessity of strategy and tactics of state branding.
7. Monitoring the effectiveness of the formed brand of the state.

In order to form a positive image of Ukraine, it is advisable to bring to the attention of the international community the information that this is a European country with huge raw materials and fertile land potential. It is also important to inform that Ukraine is inhabited by a cultured and highly intelligent population. The facts of countless heroism and romanticism of the Ukrainian nation, cultural heritage - embroideries, songs, dances, handicrafts, etc. can be used in the national branding.

The image of Ukraine is also shaped by the brands of its business structures. However, Ukraine has a great resource potential for the development of new business structures and the formation of niches in markets in other sectors of the economy. It is already known that a strong basis for the economic well-being of any country is the export of finished products, not raw materials. Thus, changes in the structures of the economic, social and political structure of the country will contribute to the formation of the Ukrainian brand.

Literature

1. Смачило Т.В., Олеха Д.І. Формування національного бренду України. Режим доступу: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/4/50.pdf>

УДК 338.488:640.41

Колісниченко Т.О., к.т.н., доцент

Київський національний університет технологій та дизайну

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИМ БІЗНЕСОМ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА В ПЕРІОД ПІСЛЯВОЄННОЇ РОЗБУДОВИ

Агресія рашистів повною мірою спричинила економічну кризу в Україні, адже було зруйновано багато підприємств різного масштабу та форми власності, вбито багато мирного населення та паралізована логістика в країні. Готельно-ресторанний бізнес в нашій країні теж відчув на собі вплив повномасштабної війни в Україні.

На теперішній час велика кількість підприємств сектору готельно-ресторанного бізнесу зіткнулась з проблемою високої мінливості елементів зовнішнього середовища, невизначеністю деяких напрямів державного регулювання їх діяльності в умовах які склалися. Якщо під час карантину люди не мали змоги, а іноді, і бажання відвідувати заклади харчування через ризик підхопити коронавірусну інфекцію, то з початком воєнних дій та запровадженням воєнного стану, відвідування ресторанів стало неможливим для сотень тисяч українців та гостей країни. Обстріли, відтік населення, падіння зарплати, відсутність роботи – це те, що мало величезний вплив на формування готельно-ресторанного бізнесу.