

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В.І ВЕРНАДСЬКОГО
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ УПРАВЛІННЯ, ЕКОНОМІКИ ТА
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ
ВІДНОСИН
ЖИТОМИРСЬКИЙ ЕКОНОМІКО-ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ
УНІВЕРСИТЕТУ «УКРАЇНА»
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ТУРИЗМУ

МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

**Матеріали І студентської науково- практичної конференції
(Київ, 6 квітня 2023 року)**

Київ 2023

УДК 338.24:330.15(063)

Рекомендовано до друку Вченою радою Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського (протокол № 8 від 19.05.2023 р.)

Редакційна колегія:

Безус П.І., к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Шафранова К.В., к.е.н., доцент, директор Житомирського економіко-гуманітарного інституту університету «Україна»

Карпенко С.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та туризму Житомирського економіко-гуманітарного інституту університету «Україна»

Дивинська Ю.А., аспірант 2-го року навчання Phd за спеціальністю 051 «Економіка», в.о. завідувача кафедри менеджменту та туризму

Грудцина Ю.В., к.е.н., доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Бакаєва І.Г. к.е.н., професор кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Пазиніч О. В. к.е.н., доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Петровська Ю.В. к.е.н., доцент кафедри менеджменту та міжнародних економічних відносин Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Менеджмент як фактор соціально-економічного розвитку. Матеріали І студентської науково-практичної конференції (м. Київ, 6 квітня 2023 р.) / упоряд. Грудцина Ю.В. 2023. 142 с.

У збірнику представлено стислий виклад доповідей і повідомлень, поданих на студентську науково-практичну конференцію «Менеджмент як фактор соціально-економічного розвитку», яку провели кафедра менеджменту та МЕВ ТНУ імені В.І. Вернадського та кафедра менеджменту та туризму Житомирського економіко-гуманітарного інституту Університету «Україна» 6 квітня 2023 р.

Матеріали друкуються в авторській редакції. Автори опублікованих матеріалів та їх наукові керівники несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, власних імен та інших відомостей.

ЗМІСТ

Антоненко Т. Ф. ЛОГІСТИКА МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ.....	8
Артьомова О. О. ВПЛИВ ІНФЛЯЦІЇ, ВАЛЮТНОГО КУРСУ ТА ПРОЦЕНТНИХ СТАВОК НА ПРИПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ.....	10
Артьомова О. О. КОН'ЮНКТУРА СВІТОВОГО РИНКУ МІДІ ТА УКРАЇНА НА СВІТОВОМУ РИНКУ МІДІ.....	11
Бакунова К.С. «ЗЕЛЕНА» ЛОГІСТИКА – СУЧАСНИЙ ТРЕНД ВАНТАЖОПЕРЕВЕЗЕНЬ.....	12
Бакунова М. С. РОЛЬ ЛІДЕРСТВА В УПРАВЛІННІ. ТЕОРІЯ ЛІДЕРСТВА THE PATH GOAL THEORY (HOUSE & MITCHELL).....	15
Балюк В. В. КОМПАНІЯ «МЕТРО УКРАЇНА» ЯК СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНИЙ БІЗНЕС.....	17
Бондаренко В. В. СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ МОТИВАЦІЮ ПЕРСОНАЛА.....	20
Бредихін А. Ю. ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В УМОВАХ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛІННЯ АГРАРНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ.....	22
Вакуленко О. П. ІНФОРМАЦІЯ І КОМУНІКАЦІЇ В МЕНЕДЖМЕНТІ.....	24
Валова В. І. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ОЛОВА.....	26
Валова В.І. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ КРАЇНИ.....	28
Василенко Д. К. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	29
В'юнник О.Г. ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	31
Гнатів Ю.П. АНАЛІЗ РИНКУ ПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ.....	33
Гоголін Б. О. ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ.....	35

Давиденко О.В. СТРАТЕГІЯ МІЖНАРОДНОГО РОЗВИТКУ ГРУПИ КОМПАНІЙ «НОВА ПОШТА»	37
Дерев'янку В.М. КОМУНІКАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПУБЛІЧНОГО УПРАВЛІННЯ.....	39
Дмитренко Я. А. ЕВОЛЮЦІЯ РОЗВИТКУ ПРОЦЕСУ СТАНДАРТИЗАЦІЇ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ІНТЕГРАЦІЇ КРАЇН У ЄДИНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР.....	41
Довгаль Б.С., Касюдик А.І. ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛЮДСЬКИМИ РЕСУРСАМИ В СФЕРІ ПУБЛІЧНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ.....	43
Екзархов М. А. ПЕРСПЕКТИВИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ ГЕОПОЛІТИЧНИХ ЗМІН.....	45
Журавська А.О. БРЕНДИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ РЕСТОРАННИМИ МЕРЕЖАМИ	47
Іванова Я. І. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА.....	49
Ільченко А.Є. МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ	51
Каленський А. І. СТАНДАРТИЗАЦІЯ ТА СЕРТИФІКАЦІЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ ВІТЧИЗНЯНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	53
Катран Д. А. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ.....	55
Козаченко Г. С. ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ МЕНЕДЖМЕНТУ.....	57
Корнєєва І. О. БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	58
Космачова В. О. МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ.....	61
Крилов С. М. ОСНОВНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЦІНИ НА ТОВАР ПРИ ВИХОДІ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК.....	63

Кротова А.Д. ЗНАЧЕННЯ РЕКЛАМИ ЯК ЧАСТИНИ МІЖНАРОДНОЇ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	65
Кротова А.Д. МОТИВАЦІЙНИЙ МЕХАНІЗМ РЕГУЛЮВАННЯ ТРУДОВОЇ МІГРАЦІЇ.....	66
Кузьменко Р. С. ХАРАКТЕРИСТИКА ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ ТЕНДЕРНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В Україні.....	68
Кукота А.Ю. НАСЛІДКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ДЛЯ РОЗВИНУТИХ КРАЇН ТА КРАЇН, ЩО РОЗВИВАЮТЬСЯ.....	70
Купко О.В. РИНОК ПРАЦІ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ УКРАЇНИ.....	72
Курило А.В. ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА.....	74
Кушнір Ю. В. АКТУАЛЬНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СКЛАДОВОЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ.....	76
Ларчик А. О. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ УКРАЇНИ ПІД ЧАС ВІЙНИ.....	78
Луків М. А. МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ У СУЧАСНОМУ СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ.....	80
Люта Ю.В. ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД У КОНТЕКСТІ АДМІНІСТРАТИВНО-ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ РЕФОРМИ: ОСОБЛИВОСТІ ТА АСПЕКТИ.....	82
Маківчук І. І. ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ІНОЗЕМНЕ ІНВЕСТУВАННЯ В УКРАЇНУ.....	84
Маківчук І. І. УКРАЇНА НА СВІТОВОМУ РИНКУ ІТ-ПОСЛУГ.....	88
Меланченко С. О. СВІТОВИЙ РИНОК СВИНЦЮ.....	90
Мельник Т. М. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЕРАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ.....	91
Мельников П.Р. НЕФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ.....	93

Муравейник О. В. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	96
Мусієнко А. В. ОСОБЛИВОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ІМПОРТНО-ЕКСПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ.....	98
Назарко Н.О. ДОСВІД ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПОЛЬЩІ.....	100
Назарко Н.О. ОСНОВНІ ГРУПИ ФУНКЦІЙ НАУКОВОЇ ТЕОРІЇ.....	101
Обихвіст В. С. ПОЛІПШЕННЯ СИСТЕМИ НАДАННЯ АДМІНІСТРАТИВНИХ ПОСЛУГ У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ НАПРЯМКІВ.....	103
Овчаренко І. К. ІСТОРИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	105
Орлянський В. П. ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	107
Осипенко О. В. ХАРАКТЕРИСТИКА ПОНЯТТЯ ЗБУТУ ТА ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	108
Остапенко А. О. ПРОБЛЕМИ МОЛОДІЖНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ.....	110
Петриченко М. А. СУТНІСТЬ ДЕМОГРАФІЧНОЇ ПРОБЛЕМИ СВІТУ.....	112
Погоріла А. О. УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНІМ БОРГОМ КРАЇНИ: СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА УКРАЇНСЬКА ПРОБЛЕМАТИКА.....	114
Прохорчук В. І. ПРОБЛЕМИ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ.....	116
Ромашкін М. Д. ТРАНСПОРТУВАННЯ В ЛОГІСТИЦІ ТА УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК.....	119
Сапельник В. О. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ.....	121
Серих Х. М. ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА.....	123
Сидоренко А. П. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ GR-ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ВЗАЄМОДІЇ БІЗНЕСУ ТА ВЛАДИ.....	125

Смик В. І. СОЦІАЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК КОМПОНЕНТ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	127
Степанушко О. І. ТЕХНОЛОГІЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	129
Троїцька А. С. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ В ГАЛУЗІ РОСЛИННИЦТВА.....	131
Чернишова Ю. О. ГЛОБАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЧНІ РИЗИКИ.....	133
Чернишова Ю. О. ЗНАЧЕННЯ ЕКСПОРТНО - ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІКИ КРАЇНИ.....	135
Черняк М. А. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ.....	137
Шляхтюк В. Р. ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ.....	140

природокористування в Україні Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 25-26 листопада 2022)

4.Офіційний веб-сайт Уряду України. URL:
<https://www.kmu.gov.ua/news/minekonomiky-poperedno-otsiniuiie-padinnia-vvp-v-2022-rotsi-na-rivni-304>

5.Електронна газета «Економічна Правда». URL:
<https://www.epravda.com.ua/columns/2022/10/24/692959/>

Журавська Анна Олександрівна
 здобувачка кафедри менеджменту,
 бізнесу і адміністрування ДБТУ,
 спеціальності 073 «Менеджмент»,
 ОП «Менеджмент організацій і
 адміністрування»

Науковий керівник:

Ткачова Світлана Сергіївна
 к.е.н., доцент кафедри менеджменту,
 бізнесу і адміністрування

БРЕНДИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ РЕСТОРАННИМИ МЕРЕЖАМИ

Ресторанна мережа – це специфічний формат інтегрування однотипних суб'єктів ресторанного бізнесу, що знаходяться під управлінням стратегічного центру, діють на підставі відносин власності/оренди, франчайзингу або управління за контрактом, характеризуються уніфікованими внутрішніми бізнес-процесами та реалізують консолідовану стратегію розвитку. Результатом діяльності ресторанних мереж є отримання сукупності ефектів – фінансового, стратегічного, маркетингового тощо [1].

У світовій практиці однією з важливих оцінок результативності діяльності ресторанних мереж є оцінка вартості та цінності їх брендів. Незалежна консалтингова компанія Brand Finance випустила щорічний рейтинг найдорожчих ресторанних брендів «Restaurants 25» 2023 [2]. Під час формування рейтингу враховуються такі чинники, як сила бренду, частка ринку та ставки роялті. Лідерські позиції за цими показниками займають найвідоміші ресторани мережі Starbucks, McDonald's, KFC.

Мережа Starbucks представлена в 74 країнах світу, об'єднує 36170 закладів. Очолує рейтинг брендів протягом останніх семи років. За 2022 р. бренд Starbucks лише зміцнив свої позиції, його вартість зросла на 17% - з 45,7 до 53,4 млрд. дол. США. Протягом року компанія створювала прискорений попит на свою продукцію після тривалого повернення до нормального життя, оскільки

обмеження, пов'язані з пандемією, зменшилися в усьому світі. Вартість бренду Starbucks зараз на 30% вища, ніж його вартість до пандемії. Цей успіх підкреслює позитивний вплив Плану переосмислення бренду в США з моменту його запуску в 2022 р. [3]. Starbucks лише в США компанія планує інвестувати 450 млн. дол. США у розвиток закладів у 2023 р., і продовжить вкладати гроші у 2024 та 2025 рр. Компанія вивчає можливість розвитку бренду, концепції самообслуговування та самовивозу і збільшення попиту на фірмові холодні напої.

На другому місці у рейтингу найдорожчих ресторанных брендів – компанія McDonald's. Близько 40 тис. закладів цієї ресторанної мережі успішно працюють у 120 країнах світу. Вартість бренду McDonald's у 2023 р. знизилася на 7%, у порівнянні з 2022 р., з 39,7 до 36,9 млрд. доларів США. Причини цього компанія Brand Finance вбачає в піднятті цін через проблеми з ланцюгом поставок та в інфляційному тиску. Водночас визначаються можливості для зростання McDonald's, завдяки його стратегії розвитку цифрових каналів для продажів. На онлайн замовлення припадає третина загальних продажів на шести найбільших ринках.

На третьому місці в рейтингу брендів – компанія KFC з вартістю бренду 17,6 та 17,7 млрд. дол. США у 2022 та 2023 рр. відповідно. Брендом KFC керує американська корпорація фаст-фуду Yum Brands, до складу якої входять 52 тис. закладів у 150 країнах світу. Четверте місце посідає компанія Domino's Pizza, вартість її бренду у 2022 та 2023 рр. становлять – 7,3 та 7,4 млрд. дол. США. У топ-5 входить компанія Subway з вартістю бренду – 7,054 та 7,053 млрд. дол. США у 2022 та 2023 рр. Бренди, які зайняли 3, 4 і 5 місця, об'єднує невелике зростання вартості за рік, лише приблизно на 1%.

Необхідно відмітити, що компанії, які мають найдорожчі та найцінніші бренди, обов'язково повинні бути чесними та принциповими перед суспільством. Це стосується багатьох питань, головним з яких у теперішній час є ставлення до жорстокої війни росії проти України, від початку якої ціла низка міжнародних компаній пішли з російського ринку, щоб не співпрацювати з країною-агресором і не стати спонсором війни. Ще більше компаній, у тому числі й ресторанных мереж, заявляли про такі наміри навесні 2022 р. Але лише Starbucks і McDonald's повністю припинили свою діяльність і продали свій бізнес у країні-агресорі. 130 закладів Starbucks та 850 ресторанів McDonald's у росії було закрито. Лише частково вийшла з росії корпорація Yum Brands [4].

Список використаних джерел

1. Босовська М. В., Ведмідь Н. І., Косар О. В. Теоретичні засади формування ресторанных мереж. Економіка та держава. 2017. № 12. С. 27–32.
2. Ресторани 25 2023. URL: <https://brandirectory.com/rankings/restaurants>. (дата звернення 23.03.2023)

3. Які бренди ресторанів найдорожчі у 2023 році: названо топ-10 компаній.
URL: <https://thepage.ua/ua/news/starbucks-mcdonalds-ta-kfc-skladayut-trijku-najkrashih-restorannih-breidiy>. (дата звернення 23.03.2023)

4. Лише McDonald's і Starbucks повністю припинили свій бізнес у росії і продали його. URL: <https://mmr.ua/show/lyshe-mcdonald-s-i-starbucks-povnistyu-rgrupyuly-svij-biznes-u-rosiyi-i-prodaly-jogo>. (дата звернення 23.03.2023)

Іванова Яна Ігорівна

студентка кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування
Державного біотехнологічного університету,
спеціальності «073 Менеджмент»,
ОП «Менеджмент організацій і адміністрування»

Науковий керівник:

Ткаченко Ольга Петрівна
к.е.н., доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА

В сучасних умовах підприємства готельного господарства стикаються з багатьма викликами. Вони пов'язані з постійним зростанням конкуренції (до повномасштабного вторгнення РФ, готельний бізнес вважався однією з найприбутковіших інвестицій в Україні); з розвитком інформаційних технологій, які дозволяють клієнтам легко знаходити місця проживання; із змінами вподобань споживачів, які звертають увагу не тільки на рівень комфорту, але й на такі чинники, як: екологічність готельних послуг, концептуальність, здатність передбачати потреби споживачів.

До загальних світових тенденцій в Україні додалися виклики, пов'язані з веденням воєнних дій, коли потрібно забезпечити споживачам звичний для них рівень сервісу та безпеку перебування в складних умовах. Серед цих викликів виділяють: різке зменшення персоналу на початку вторгнення; обмеження, які накладає дотримання комендантської години; впровадження стандартів безпеки під час оголошення повітряної тривоги; порушенням ланцюгів постачання та перебоїв з електрикою [1]. Сьогодні стан та функціонування готельних підприємств залежить від регіону в якому вони розташовані.

Готельним підприємствам м. Кривого Рогу вдалося протистояти цим викликам, хоча відзначається зменшення гостей в місті, яке становить близько 28% [5]. Стратегією реагування на різкі зміни зовнішнього середовища були: зменшення витрат на персонал шляхом запровадження скороченого робочого дня, що дозволило підлаштуватися під вимоги дотримання комендантської години; зменшення кількості персоналу.