

вірусні та бактеріальні інфекції серед людей і тварин. Лікарняні відходи однаково небезпечні, як і промислові відходи, якщо їх не утилізувати або не обробляють належним чином.

Муніципальні відходи походять з муніципальних територій, якими управляє муніципальна влада. Сюди входять побутові відходи, що зібрані в навчальних закладах і лікарнях та комерційні відходи, що утворюються в бізнес-установах – магазинах, офісах, складських приміщеннях.

До системи управління відходами відноситься збирання, транспортування, відновлення та захоронення відходів, включаючи контроль над цими операціями, а також нагляд за місцями видалення відходів. Рівні управління відходами включають:

- запобігання утворенню відходів – зусилля направлені на зменшення обсягів утворення відходів та зниження рівня їх небезпеки;
- повторне використання відходів;
- вторинна переробка або відновлення відходів;
- компостування відходів;
- захоронення відходів без отримання енергії;
- захоронення відходів з отриманням енергії.

Для запобігання утворенню відходів або мінімізації їх утворення потрібно здійснювати певні дії, що мали б бути спрямовані на: зменшення кількості предметів і матеріалів, що направляються на кінцеву утилізацію або збереження; відмову від зайвої упаковки; закупівлі лише необхідної кількості предметів і матеріалів; використання предметів багаторазового або тривалого користування замість одноразових там, де це можливо.

Перелік використаних джерел:

1. Ashok K. Rathoure. *Zero waste: management practices for environmental sustainability*. Boca Raton, FL: CRC Press; 2020. 338 p.
2. George Tchobanoglous, Frank Kreith. *Handbook of Solid Waste Management, 2nd Edition*. The McGraw-Hill Companies, Inc. 2002. URL: <https://www.accessengineeringlibrary.com/content/book/9780071356237>.
3. Wheeler Kathryn. *Household recycling and consumption work: social and moral economies*. The Open University, UK, Miriam Glucksmann, University of Essex and London School of Economics, UK. 2015. 235 p.

*Савіцький Тарас
Сохацький Олександр*
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

АНТИКРИЗОВІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В УМОВАХ ВІЙНИ

Управління підприємством є складним і багатоаспектним процесом, який повинен бути відповідним чином організованим і керованим, щоб забезпечити

успішне функціонування підприємства. Однак, в умовах війни, такий процес стає набагато складнішим і потребує особливих підходів та антикризових заходів.

Управління підприємством в умовах війни вимагає від керівників підприємства зосередження на ключових аспектах, які забезпечують успішну діяльність підприємства. Зокрема, керівництво підприємства повинно зосередитися на забезпеченні безпеки працівників, збереженні матеріальних і фінансових ресурсів, зменшенні витрат та збільшенні продуктивності. Для забезпечення безпеки працівників необхідно вживати додаткових заходів, які включають у себе проведення тренінгів з техніки безпеки, встановлення додаткового обладнання та використання індивідуального захисту. Крім того, керівництво повинно мати плани евакуації та аварійного реагування. Збереження матеріальних і фінансових ресурсів в умовах війни є особливо важливим завданням. Для цього необхідно вживати заходів щодо забезпечення надій зберігання матеріальних ресурсів, зокрема, створення запасів, забезпечення їх безпеки та зниження втрат. У разі фінансових ресурсів, необхідно скоротити витрати на непотрібні речі та послуги, підвищити ефективність виробничих процесів та дієвість управління.

Одним з ключових аспектів управління підприємством в умовах війни є зменшення витрат. Для цього необхідно провести аналіз всіх витрат та зосередитися на зменшенні непродуктивних витрат. Також можна використовувати інноваційні методики та технології, які забезпечують ефективність виробничих процесів та зменшення витрат.

Збільшення продуктивності є іншим важливим аспектом управління підприємством в умовах війни. Для цього необхідно вживати заходів щодо забезпечення безперебійності виробничих процесів, оптимізації робочого часу та використання інноваційних технологій.

Управління підприємством в умовах війни вимагає також від керівництва підприємства особливої уваги до взаємовідносин з партнерами та клієнтами. Необхідно зберігати партнерські стосунки та вести переговори щодо зменшення впливу війни на бізнес-процеси. Крім того, підприємство повинно забезпечити безперебійність поставок та виконання зобов'язань перед клієнтами.

Управління підприємством в умовах війни є складним і вимагає від керівництва підприємства особливої уваги та ефективної стратегії дій. Для забезпечення успішного функціонування підприємства в умовах війни, необхідно забезпечити безперебійність виробничих процесів, збереження матеріальних та фінансових ресурсів, зменшення витрат та збільшення продуктивності.

Для досягнення цих цілей, керівництво підприємства повинно використовувати інноваційні технології та методики, проводити аналіз витрат та зосереджуватися на зменшенні непродуктивних витрат. Також важливо підтримувати партнерські стосунки та забезпечити безперебійність поставок та виконання зобов'язань перед клієнтами.

Управління підприємством в умовах війни є важливою задачею для забезпечення стабільності та розвитку бізнесу. Зважаючи на складність цього процесу, керівництво підприємства повинно мати готовність до прийняття швид-

ких та ефективних рішень, зосереджуватися на вирішенні проблем та забезпеченні успішного функціонування підприємства в умовах війни.

Перелік використаних джерел:

1. Громова, О. В. (2021). *Антикризове управління підприємством: теорія та практика*. Київ: Центр учбової літератури.
2. Дерев'янка, Л. В. (2021). *Управління підприємством в умовах кризових ситуацій*. Київ: КНЕУ.
3. Жуков, С. О., Козак, А. А., Коновалов, А. А. та ін. (2021). *Управління підприємством в умовах кризи: проблеми та перспективи*. Київ: Видавничий дім «Ін Юре».
4. Левенець, Ю. О. (2021). *Антикризове управління підприємством в умовах економічної нестабільності*. Київ: Видавництво «Київський університет імені Бориса Грінченка».

Феш Мирослава

к.е.н., доц. кафедри підприємництва та маркетингу УАД
м. Львів

ОСНОВНІ ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ДИГІТАЛІЗАЦІЇ ПОСЛУГ

Важливою складовою формування і розвитку цифрової економіки є дигіталізація (від англ. digitalization) всієї соціально-економічної структури в країні, включаючи реальну економіку, підприємництво, державну діяльність, роботу державного апарату, громадську діяльність, регіональний розвиток тощо. Для успішного впровадження дигіталізації послуг необхідно використовувати ефективні маркетингові стратегії, що дозволяють привернути нових клієнтів та забезпечити успішне використання послуг. Її актуальність та затребуваність ще більше зросла з початком війни: через масові переміщення людей, втрату ними житла, документів, постійні кібератаки, потребу в цифрових рішеннях для підвищення спроможності військ. Деякі з найбільш ефективних інструментів маркетингових стратегій дигіталізації послуг включають створення мобільних додатків дозволяє забезпечити зручний доступ до послуг та покращити їх якість. Мобільні додатки можна просувати за допомогою реклами на соціальних мережах, в поштових розсилках та інших каналах [1].

Розробка веб-сайтів та віртуальних майданчиків дозволяє залучати нових клієнтів та підвищувати їх лояльність. Рекламні кампанії на соціальних мережах, контекстна реклама та поштові розсилки також можуть допомогти залучити нових клієнтів.

Використання електронної пошти є ефективним інструментом для залучення нових клієнтів та збереження лояльності старих. Розсилки електронних листів з пропозиціями про нові послуги, знижки та інші акції дозволяють залучати та зберігати клієнтів. Інтернет-реклама може допомогти компаніям