

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

***«ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ РЕКЛАМНОГО
ПІДПРИЄМСТВА ЗА УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ»***

Виконав: здобувач 2 курсу,
групи ПТБ-22м
Спеціальності 076 Підприємництво,
торгівля та біржова діяльність
Набока Арсеній Геннадійович
Керівник: Сергєєва О.Р.,
к.н.держ.упр., доцент

м. Дніпро
2024

АНОТАЦІЯ

Набока А.Г. Особливості складання бізнес-плану рекламного підприємства за умов воєнного стану.

Робота ретельно досліджує теоретичні аспекти бізнес-планування за умов воєнного стану підкреслюючи важливість гнучкості та глибокого аналізу для підприємств у нестабільних умовах. Умови воєнного стану створюють непередбачувані сценарії. Бізнес-плани повинні бути готові до швидкої адаптації, враховуючи широкий спектр можливих ризиків.

Необхідність підприємства розробляти стратегічні плани, які включають в себе аналіз ризиків, розробку резервних сценаріїв та побудову стійких стратегій. Дослідження на прикладі ТОВ «БАНДА» для котрого складання бізнес-плану стало стратегічним кроком, дозволяючи чітко визначити мети, завдання та шляхи досягнення успіху в рекламній галузі.

Також увага приділяється процесу реалізації плану, що вимагає постійного моніторингу та оцінки результатів для вчасного виявлення ефективних стратегій та вчинених на помилках. Успішність реалізації плану та її залежність від активного залучення команди та встановлення ефективної комунікації з клієнтами для врахування їхніх потреб та вподобань.

Дослідження форс-мажорних обставин та досвіду застосування інструментів захисту бізнесу. Дослідження підкреслює необхідність постійного вдосконалення та адаптації стратегій захисту бізнесу під впливом непередбачуваних обставин. Успішне управління форс-мажорами базується на плануванні, готовності до ризиків та гнучкості в реагуванні на зміни.

Ключові слова та словосполучення: дослідження, реклама, планування, форс-мажор, підприємство, стратегія, бізнес, ефективність, воєнний стан, виробництво, аналіз, зміни, ринок.

ANNOTATION

Naboka A.G. Peculiarities of drawing up a business plan for an advertising enterprise under martial law conditions

The work thoroughly examines the theoretical aspects of business planning under martial law, emphasizing the importance of flexibility and deep analysis for enterprises in unstable conditions. Martial law conditions create unpredictable scenarios. Business plans must be ready for rapid adaptation, taking into account a wide range of possible risks. The need for the enterprise to develop strategic plans, which include risk analysis, development of backup scenarios and construction of sustainable strategies. Research on the example of "BANDA" LLC, for which drawing up a business plan became a strategic step, allowing to clearly define the goals, objectives and ways to achieve success in the advertising industry. Attention is also paid to the process of implementing the plan, which requires constant monitoring and evaluation of results for timely identification of effective strategies and mistakes made. The success of the implementation of the plan and its dependence on the active involvement of the team and the establishment of effective communication with customers to take into account their needs and preferences. Study of force majeure circumstances and experience in applying business protection tools. The study highlights the need for continuous improvement and adaptation of business protection strategies under the influence of unforeseen circumstances. Successful management of force majeure is based on planning, preparedness for risks and flexibility in responding to changes.

Keywords and phrases: research, advertising, planning, force majeure, enterprise, strategy, business, efficiency, martial law, production, analysis, change, market.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ЗА УМОВ ВОЄННОГО СТАНУ.....	13
1.1. Бізнес-планування як процес розроблення і детального обґрунтування реалізації підприємницької діяльності та особливості у звичайному середовищі функціонування й за воєнного стану.....	13
1.2. Етапи розроблення бізнес-плану для рекламного підприємства з урахуванням діяльності під час воєнного стану.....	17
1.3. Основні показники ефективності функціонування рекламного підприємства, що відображаються в бізнес-плані.....	23
РОЗДІЛ 2. СКЛАДАННЯ БІЗНЕС-ПЛАНУ ТА ЙОГО РЕАЛІЗАЦІЯ В РЕКЛАМНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «БАНДА».....	27
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності ТОВ «Банда».....	27
2.2. Аналіз розділів і змісту бізнес-плану в довоєнний період.....	35
2.3. Коригування основних позицій бізнес-плану за воєнного стану з урахуванням ризиків.....	39
РОЗДІЛ 3. ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ ТА ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ЗАХИСТУ БІЗНЕСУ.....	45
3.1. Дослідження критеріїв форс-мажорів, що виникають під час воєнного стану, та їх документальне оформлення.....	45
3.2. Зарахування обставин до форс-мажорних і місце визначених процедур в бізнес-плані.....	53
3.3. Способи вирішення різних ситуацій в рамках обставин непереборної сили на прикладі рекламного підприємства ТОВ «Банда».....	57
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	66