

**СТРАТЕГИЯ БИЗНЕС-КЛУБА
2022-2024**

ПРИНЦИП ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОКБК



Цели деятельности и стратегия развития ОКБК являются проекцией целей и стратегии бизнес-клубов, которые в свою очередь отражают цели рядовых членов клуба



Цель деятельности ОКБК
Стратегия развития ОКБК

Бенефициары – клубы
Цель деятельности клуба
Стратегия развития клуба
Клуб ждет от участия в ОКБК
Что клуб готов дать взамен

Бенефициары – члены клуба
Что ждут от участия в клубе
Что готовы дать взамен

ПРИНЦИП ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОКБК



Цели деятельности и стратегия развития ОКБК являются проекцией целей и стратегии бизнес-клубов, которые в свою очередь отражают цели рядовых членов клуба



Цель деятельности ОКБК
Стратегия развития ОКБК

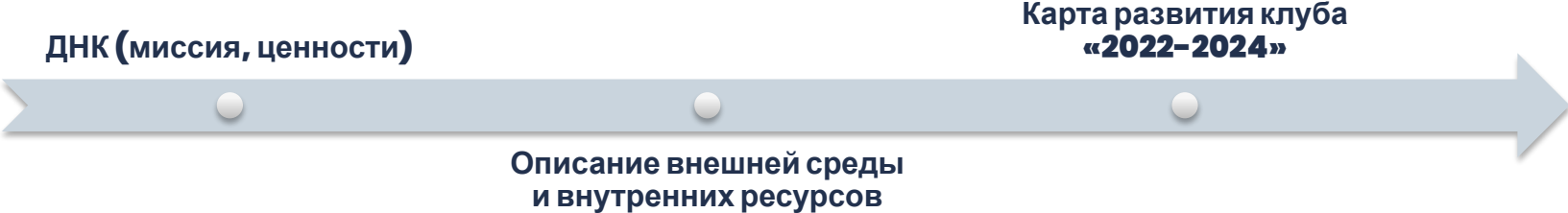
Бенефициары – клубы
Цель деятельности клуба
Стратегия развития клуба
Клуб ждет от участия в ОКБК
Что клуб готов дать взамен

Бенефициары – члены клуба
Что ждут от участия в клубе
Что готовы дать взамен

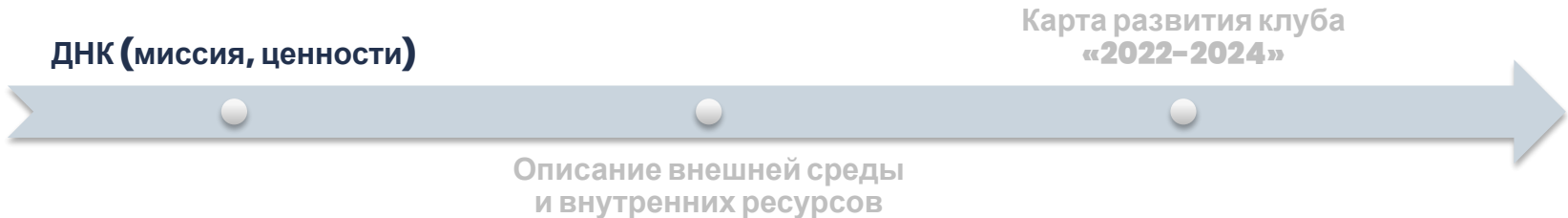
СОДЕРЖАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ КЛУБА

1. ДНК клуба (Миссия, ценности, корпоративная культура)
2. Описание внешней среды и внутренних ресурсов
и способностей (**SWOT** – анализ, **PEST (EL)** анализ, др. инструменты анализа)
3. Карта развития клуба на **2022–2024** год

СОДЕРЖАНИЕ



СОДЕРЖАНИЕ



ДНК КЛУБА (МИССИЯ, ЦЕННОСТИ)



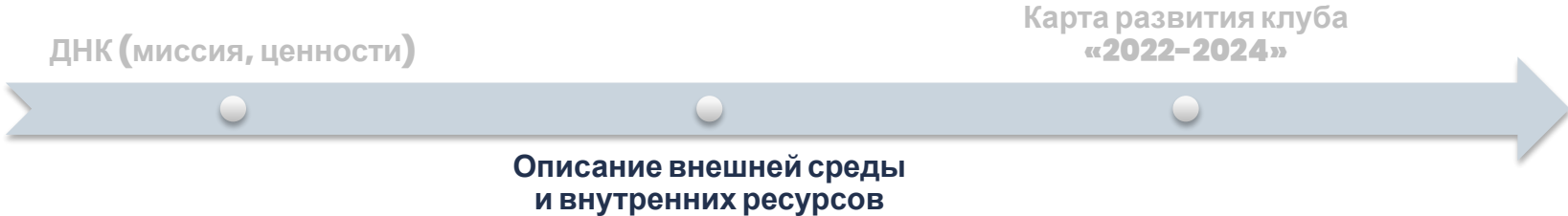
Если пока нет сформулированного ДНК, Миссии, ценностей, попробуйте сформулировать с помощью схемы ниже:

Как бы вы описали свой клуб сегодня фразой меньше 40 слов?

«Хамкке» – это сообщество корейских предпринимателей Краснодара, клуб, который приносит информационную и практическую пользу для корейских предпринимателей. Мы стремимся поддерживать предпринимателей в их развитии, общаться в кругу единомышленников, делиться бизнес опытом, поддерживать и развивать культурные традиции корейцев Краснодара. И наши усилия характеризуются такими уникальными преимуществами, как сила, скорость развития, гибкость, решительность брать на себя ответственность, доброта, сплоченность, целеустремленность, открытость и верностью таким принципам и ценностям как честность, семейные и национальные традиции, экологичность.

Успех для нас – это создание эффективного, сплоченного сообщества предпринимателей.

СОДЕРЖАНИЕ



ОПИСАНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И ВНУТРЕННИХ РЕСУРСОВ



 Стратегические цели клуба определяются на основе трех компонентов:

- (1) Идентичность клуба – ДНК клуба
ДНК определяет идентичность, ценности, корпоративную культуру и профиль деятельности.
- (2) Возможности внешней среды. Для этого нужно понимать Мегатренды – как будет развиваться общество в целом, какие технологии будут определять будущий контекст и где найти в них свои возможности для развития клуба
- (3) Ресурсы и способности (РС) – финансовые ресурсы, деловая репутация (goodwill), умение налаживать связи, профессиональные компетенции членов клуба и умение (способности) их правильно использовать. Они делаются на те, чем располагает клуб сейчас (используемые РС) и те, что еще необходимо приобрести или усилить (потенциальные РС), чтобы обеспечить достижение стратегических целей.

Понимая возможности внешней среды, клуб:

- формулирует свои стратегические цели и показатели во времени
- ставит задачи по развитию внутренней среды таким образом, чтобы профиль РС точнее соответствовал поставленным целям.
- определяет приоритеты по усилению РС в разбивке по периодам

ОПИСАНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И ВНУТРЕННИХ РЕСУРСОВ



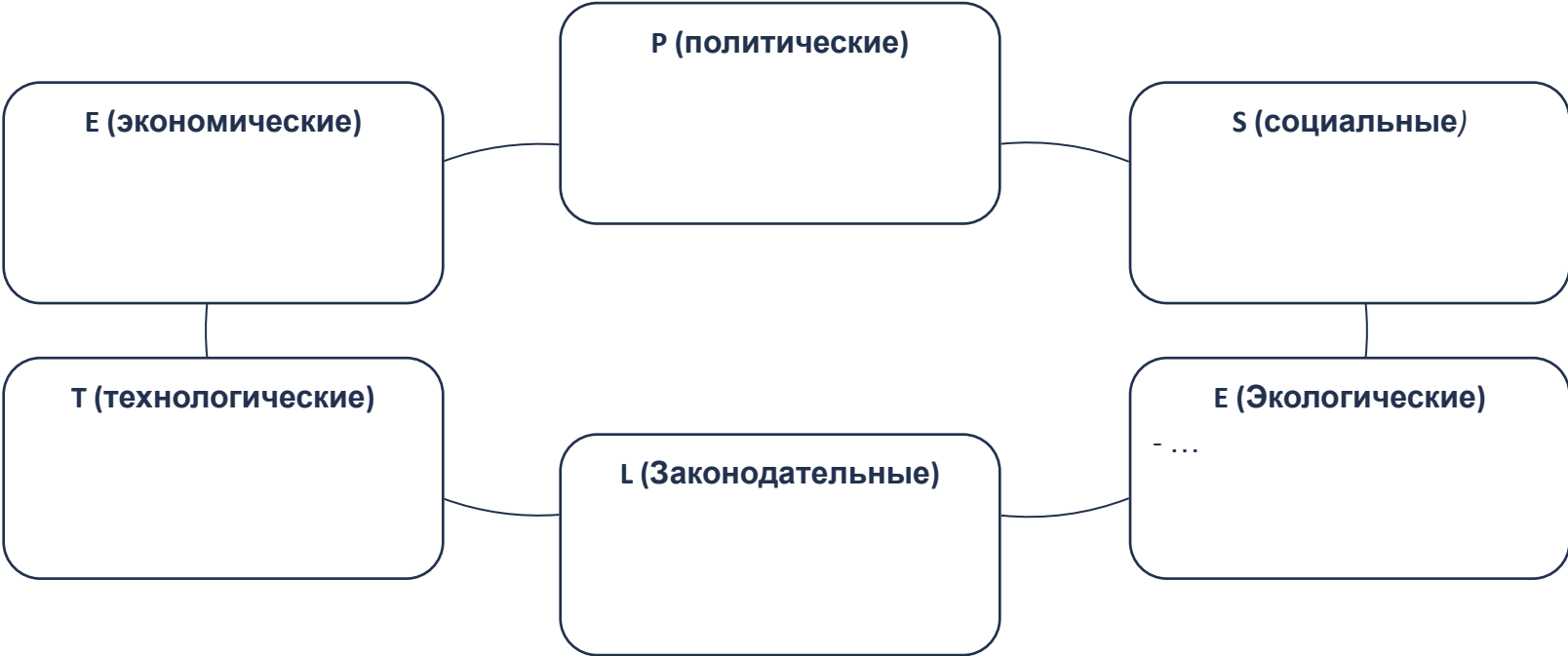
Для описания можно использовать инструменты SWOT – анализ, PEST (EL) анализ, др. инструменты анализа

SWOT-анализ

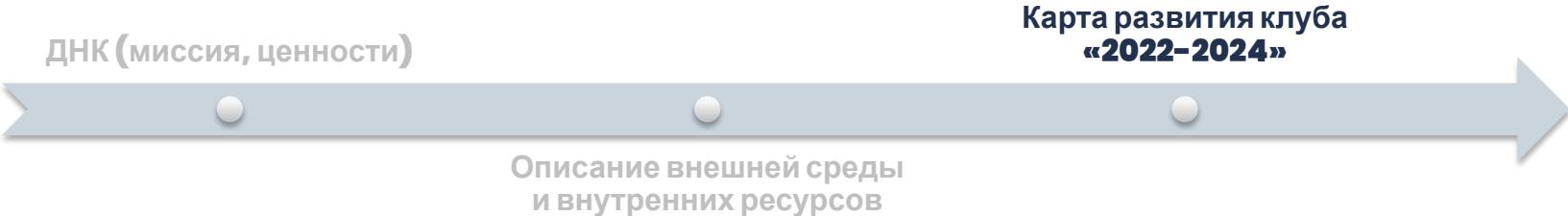
	Возможности внешней среды (O)	Угрозы внешней среды (T)
Анализ внешней среды	Развитие импортозамещения в России, гос поддержка МСП (малого и среднего бизнеса)	Масштабные экономические санкции, снижение покупательской способности, увеличение конкуренции, повышение уровня инфляции, повышение уровня входа в новые проекты
Внутренний анализ		
Сильные стороны (S)	Как использовать сильные стороны и возможности? (SO)	Как используя сильные стороны влиять/отвечать на угрозы? (ST)
Есть опыт проживания экономических кризисов, предприимчивость, открытость новому, гибкость мышления. Разнообразные сферы в бизнесе у частных клубов. Много участников состоят в других бизнес-клубах и интересные инструменты и информацию привносят в клуб.	Адаптироваться под новые условия – налаживать логистику с дружественными странами. Обмениваться опытом и информацией по вопросам бизнеса.	Объединять усилия для увеличения предпочтений при закупках. Создавать партнерства. Анализировать конкурентов для оперативного реагирования и установления конкурентоспособных цен.
Слабые стороны (W)	Какие слабые стороны нужно развивать, чтобы использовать возможности? (WO)	Какие слабые стороны нужно развивать, чтобы отвечать на угрозы (кризис-менеджмент)? (WT)
Мало опыта в создании и развитии	Повышать инициативность членов клуба. –	Развивать сильные стороны и нивелировать, найти

ОПИСАНИЕ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И ВНУТРЕННИХ РЕСУРСОВ

PEST(EL) – МАКРО АНАЛИЗ, ФАКТОРЫ И ТРЕНДЫ



СОДЕРЖАНИЕ




КАРТА РАЗВИТИЯ КЛУБА НА 2022–2024



Здесь приведен пример в разрезе четырех векторов развития. Можно использовать свои варианты направлений развития. Главное – выстроить приоритеты инициатив по годам, сформулировать целевые показатели

Карта развития клуба **2022–2024** в разрезе следующих направлений развития:

- **ВНЕШНИЕ ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ.** Развитие деловых связей с другими бизнес-клубами, партнерами, клиентами, гос.органами, бизнес-сообществами, корейскими сообществами внутри страны, за рубежом и др., развитие и использование ресурсов  для достижения целей клуба
- **ПРОДУКТ/УСЛУГА.** Развитие ценностного предложения клуба (продукты, услуги), которые будут востребованы внешними целевыми аудиториями
- **КЛУБ.** Развитие членов клуба (в том числе прием, адаптация новых членов)
- **PR-ИНИЦИАТИВЫ.** Программа коммуникаций для формирования репутации клуба во внешней среде

КАРТА РАЗВИТИЯ КЛУБА

Пример.
Клубу необходимо повысить влияние в России, СНГ и Корее (репутационный капитал).

Это возможно при следующих условиях:

- наличие ценностного предложения (блок «Продукт»)
- предложение д.б. востребовано целевыми аудиториями (блок «Внешние ЦА»)
- достижения целевого уровня спонтанной известности (блок «PR-активность»)
- наличие программы развития клуба (блок «Клуб»)

ПРОДУКТ/
УСЛУГА



ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ КЛУБА



Здесь необходимо указать цели и указать целевые показатели

1. Поддержка предпринимателей в их развитии, общение в кругу единомышленников, обмен бизнес опытом, поддержка и развитие культурных традиций корейцев Краснодара
2. Повысить репутационный капитал клуба (до уровня 100% в 2024 году)

КВЦ – КРИТИЧЕСКИ ВАЖНАЯ ЦЕЛЬ К 2024 ГОДУ

1. Блок «Клуб» – 2022г.: – создание программы развития клуба, – совместные тренинги и обучающие программы, – увеличение активных членов клуба
2023–2024: – повышение репутационного капитала клуба до 100%, повышение коммуникации между клубом и другими бизнес-сообществами.
2. Блок «Продукт услуга» – 2022г.: – культурные и развивающие мероприятия для развития корейских традиций, – нетворкинг с успешными предпринимателями.
2023–2024: – повышение качества предлагаемых услуг и продуктов.
3. Блок «Внешние целевые аудитории» – 2022–2024г.г.: – бизнес –сообщества Краснодарского края, компании и специалисты помогающие развитию бизнеса.
4. Блок «PR-инициативы» – 2022г.: – регулярное ведение соц. сетей, – проведение имиджевых мероприятий,
2023–2024г.г. – проведение благотворительных мероприятий, увеличение масштаба проводимых мероприятий.

ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ



Здесь необходимо указать План мероприятий по годам, построенный на основании Карты развития клуба