



Πάνω από 1 δισεκατομμύριο άνθρωποι σε όλο τον κόσμο είναι μέλη συνεταιρισμών

Οι συνεταιριστικές επιχειρήσεις, παρέχουν πάνω από 100.000.000 θέσεις εργασίας, 20% περισσότερες από αυτές που προσφέρουν οι πολυεθνικές επιχειρήσεις

Οι 300 μεγαλύτερες συνεταιριστικές επιχειρήσεις στον κόσμο κατά το 2009 παρά την ύφεση, παρουσίασαν αύξηση στην ανάπτυξη τους κατά 14%, αντιπροσωπεύοντας σε όλους τους τομείς της οικονομίας ένα κύκλο εργασιών 1,1 τρις δολαρίων ίσο με αυτό της 10ης οικονομίας στον κόσμο, της Ισπανίας. Τα στοιχεία για το έτος 2010 αναφέρουν, παρά την ύφεση, αύξηση του κύκλου εργασιών στα 1,6 τρις δολάρια, ικανοποιώντας ταυτόχρονα και κοινωνικές ανάγκες των μελών. Για το έτος 2011 ο κύκλος εργασιών έφτασε στα 2 τρις δολάρια.

Το Διεθνές Έτος Συνεταιρισμών το 2012 από τον ΟΗΕ προωθεί την Συνεταιριστική Εκπαίδευση, την προσαρμογή των εθνικών συνεταιριστικών νομοθεσιών σύμφωνα με τις συνεταιριστικές αρχές και την δημιουργία συνεταιρισμών, ως τρόπο καταπολέμησης της κοινωνικοοικονομικής Κρίσης.

Ιδρύοντας έναν συνεταιρισμό

Εγχειρίδιο Συνεργατικού Εργαστηρίου



Εργαλειοθήκη Συνεταιρισμός ως Επιχείρηση

3



Έκδοση 1η-Ιούνιος 2013

Περιεχόμενα

Business Plan

1. Εισαγωγή	2
1.1. Εξώφυλλο.....	2
1.2. Εισαγωγική Σελίδα.....	2
1.3. Περιεχόμενα	3
1.4. Executive Summary	3
2. Αναλυτική Περιγραφή της Επιχείρησης.....	4
2.1. Ιδιοκτησία της Επιχείρησης.....	4
2.2. Ιστορία της Επιχείρησης	4
2.3. Περιγραφή του Κλάδου.....	4
2.4. Προϊόντα/ Υπηρεσίες.....	5
2.5. Θέση της Επιχείρησης	8
2.6. Ανθρώπινο Δυναμικό.....	8
2.6.1. Εξωτερικοί βοηθοί.....	10
2.6.2. Υπηρεσίες Επαγγελματιών	10
2.6.3. Κριτήρια Ανθρώπινου Δυναμικού	10
3. Αναλυτική Περιγραφή Αγοράς.....	11
3.1. Τμηματοποίηση Αγοράς (Market Segmentation).....	11
3.2. Στρατηγική Τμηματοποίησης Πελατών (Target Market Segment Strategy)	12
3.2.1. Ανάγκες της Αγοράς.....	13
3.2.2. Τάσεις της Αγοράς	13
3.2.3. Ανάπτυξη της Αγοράς	14
3.3. Ανάλυση Κλάδου	14
3.3.1. Συμμετέχοντες του κλάδου	14
3.3.2. Τρόποι Διανομής	14
3.3.3. Μεγάλοι Ανταγωνιστές	15
4. Περίληψη Στρατηγικής & Εφαρμογής (Strategy & Implementation Summary)	15
4.1. Στρατηγική Προϊόντων.....	16
4.2. Στρατηγική Marketing	16
4.3. Στρατηγική Διανομής	16
4.4. Πωλήσεις.....	17
5. Οικονομικό Πλάνο	18
5.1. Κύριες Υποθέσεις.....	18
5.2. Ισολογισμός	19

5.3. Κατάσταση Αποτελεσμάτων Χρήσεως.....	19
5.4. Ανάλυση Χρηματοροών.....	19
5.5. Break-even analysis.....	20

6. Επίλογος.....	20
-------------------------	-----------

Marketing Plan

ΜΕΡΟΣ Ι.....	1
---------------------	----------

ΠΡΟΤΥΠΟ MARKETING PLAN	1
-------------------------------------	----------

Επιχειρηματικός Σχεδιασμός & Marketing Plan.....	1
--	---

1. ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ MARKETING.....	3
-----------------------------	---

Marketing και μικρή επιχείρηση.....	3
-------------------------------------	---

ΣΤΑΔΙΑ ΚΑΤΑΣΤΡΩΣΗΣ ΣΧΕΔΙΟΥ MARKETING	4
--	---

2. ΔΟΜΗ ΠΡΟΤΥΠΟΥ MARKETING PLAN.....	5
--------------------------------------	---

ΜΕΡΟΣ ΙΙ.	7
-----------------------	----------

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ MARKETING	7
---	----------

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	7
----------------	---

ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ.....	8
---------------------------	---

Η ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	10
--	----

SWOT ΑΝΑΛΥΣΗ.....	12
-------------------	----

ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΧΩΝ MARKETING	16
-----------------------------------	----

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ MARKETING.....	17
---------------------------	----

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΗΣ	19
------------------------	----

Α) Μίγμα Marketing	19
--------------------------	----

Προϊόν	19
--------------	----

Β) Χρονοδιάγραμμα.....	21
------------------------	----

Γ) Προϋπολογισμός.....	23
------------------------	----

Δ) Υλοποίηση του προγράμματος δράσης.....	27
---	----

Παραδείγματα: Σχέδιο Εφαρμογής- Πρόβλεψη Ισολογισμού Εσόδων και Εξόδων.....	29
--	-----------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	31
---------------------------	-----------