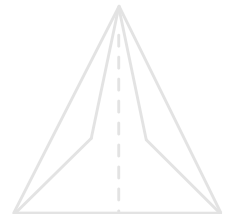
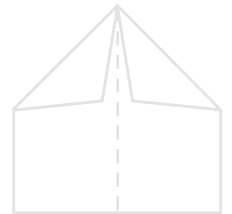


ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
Τα οφέλη από ένα πρόγραμμα επιχειρηματικής καθοδήγησης	6
COOPSTARTER ΜΕΝΤΟΡΕΣ	8
ΤΙ ΚΑΝΕΙ ΕΝΑΣ ΜΕΝΤΟΡΑΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ;	10
Η Διαδικασία Mentoring σε Τρία Εύκολα Βήματα	11
Πως να Εδραιώσετε και να Διατηρήσετε τη Σχέση	12
ΠΩΣ ΘΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ ΤΟΥΣ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ; Πρότυπο	18
Επιχειρηματικό Σχέδιο (Business Plan)	19
Συχνές Ερωτήσεις (FAQS)	20
Προφίλ χώρας και Μελέτες Περιπτώσεων	20
Χρήσιμοι Σύνδεσμοι	21
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 - ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ	22
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2-ΟΙΚΟΔΟΜΩΝΤΑΣ ΜΙΑ ΚΟΙΝΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ	26
Είναι ο συνεταιρισμός το σωστό μοντέλο για την επιχείρησή σας;	27
Ποια είναι η συνεταιριστική οργανωτική δομή;	30
Οι επτά συνεταιριστικές αρχές	36
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 – ΤΟ CROWDFUNDING ΕΝ ΣΥΝΤΟΜΙΑ	38
Συχνές ερωτήσεις σχετικά με το crowdfunding	41





ΕΙΣΑΓΩΓΗ



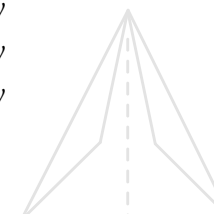
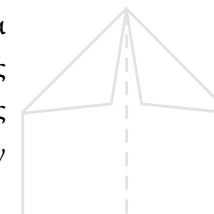
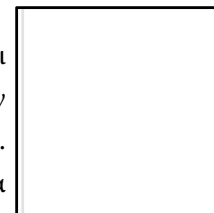
Ο ΚΥΡΙΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟΥ ΑΥΤΟΥ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΒΟΗΘΗΣΕΙ ΤΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΝΑ ΟΡΓΑΝΩΣΟΥΝ ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗΣ ΠΟΥ ΘΑ ΕΙΝΑΙ ΑΝΟΙΚΤΟ ΣΕ ΟΛΟΥΣ ΤΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΠΟΥ ΣΚΟΠΕΥΟΥΝ ΝΑ ΙΔΡΥΣΟΥΝ ΝΕΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΠΝΕΥΜΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ.

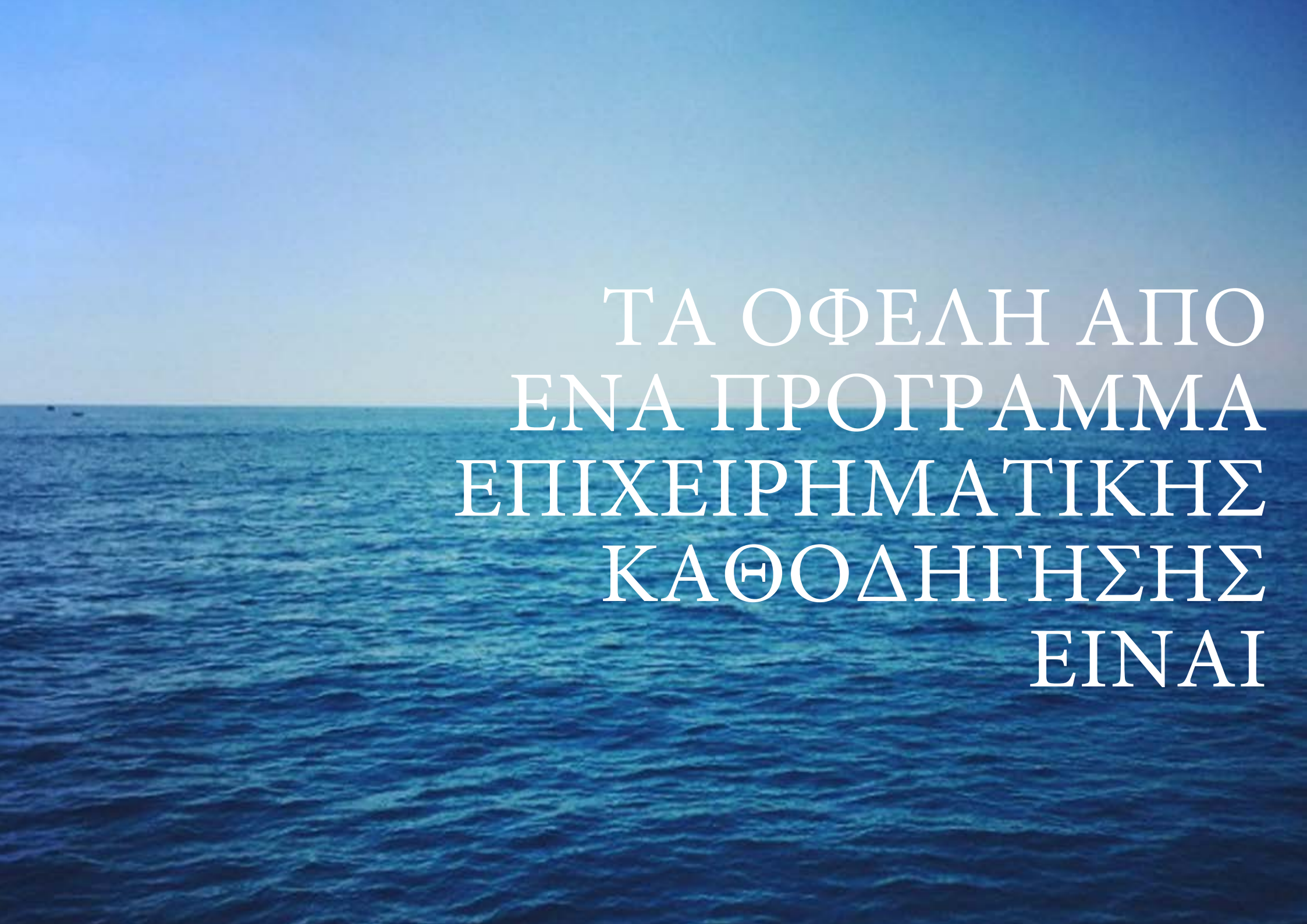
Για τους σκοπούς του παρόντος προγράμματος σπουδών, η καθοδήγηση (Mentoring) θεωρείται ως μια αναπτυξιακή σύμπραξη μάθησης όπου ένας μέντορας παρέχει καθοδήγηση σε έναν επιχειρηματία, βοηθώντας τον στη δημιουργία μιας επιτυχημένης επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες μπορεί να είναι πολύ διαφορετικοί, από πτυχιούχους που προσπαθούν να αναπτύξουν μια ιδέα ως και τους πιο έμπειρους, που αναζητούν πρακτικές οδηγίες για να ξεκινήσουν τη δική τους επιχείρηση.

Η καθοδήγηση (Mentoring) έχει ως στόχο να βελτιώσει τις ικανότητες του επιχειρηματία, επιτρέποντας του να ενισχύσει τις ικανότητες του και την αποτελεσματικότητα στην λήψη αποφάσεων. Ο μέντορας παρέχει υποστήριξη μέσω πολύπλοκων και ζωτικής σημασίας αποφάσεων.

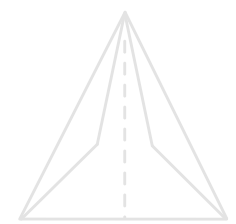
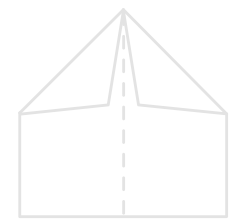
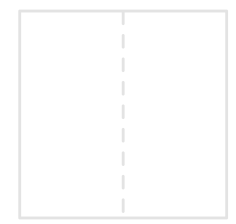
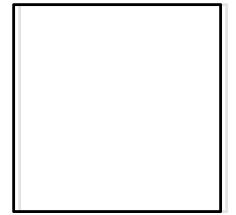
Μια ενεργή συνεργασία μεταξύ των επιχειρηματιών και του μέντορα, είναι το εργαλείο για να ξεπεράσουν το φόβο για την εκκίνηση μιας επιχείρησης, ειδικά το φόβο για την εκκίνηση ενός συνεταιρισμού – μιας διαφορετικής επιχείρησης! Το εργαλείο αυτό θα βοηθήσει τους μελλοντικούς επιχειρηματίες να ενταχθούν στο συνεταιριστικό κίνημα, και θα διευκολύνει την ανταλλαγή ιδεών και πληροφοριών με άλλους.

Το εγχειρίδιο καθοδήγησης έχει ως στόχο να παράσχει την γνώση, την κατανόηση και την πρακτική εφαρμογή των ορθών επιχειρηματικών πρακτικών, καθώς και την παροχή πληροφοριών στις συνεταιριστικές οργανώσεις, έτσι ώστε να μπορέσουν να βελτιώσουν και να αναβαθμίσουν τις εσωτερικές διαδικασίες και τις στρατηγικές επικοινωνίας μιας συνεταιριστικής επιχείρησης.





ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ
ΕΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ
ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗΣ
ΕΙΝΑΙ



A black bicycle with a headlight and fenders is parked against a stone wall. The bicycle has a green seat and red handlebar grips. The text "COOPSTARTER" and "MENTOPEΣ" is overlaid on the image in white serif font.

COOPSTARTER
MENTOPEΣ

ΟΙ ΜΕΝΤΟΡΕΣ
ΤΟΥ
COOPSTARTER
ΕΙΝΑΙ ΕΙΔΙΚΟΙ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ,
ΟΙ ΟΠΟΙΟΙ:



Εθελοντές

Είναι εθελοντές για να βοηθήσουν στην ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής ιδέας αξιολογώντας την βιωσιμότητα της και παρέχοντας ενημέρωση και συμβουλές. Θα πρέπει να διαθέτουν ένα ισχυρό δίκτυο επαφών εντός της επιχειρηματικής κοινότητας και να είναι σε θέση να αντιληφθούν τις επιχειρηματικές δυνατότητες συνεργασίας μεταξύ συνεταιριστικών επιχειρήσεων.

Εκτιμούν

Εκτιμούν το συνεταιριστικό επιχειρηματικό μοντέλο και ενδιαφέρονται για την εφαρμογή του μοντέλου μέσω του εγχειριδίου καθοδήγησης, ενθαρρύνουν την ανταλλαγή πληροφόρησης και έχουν καλές δεξιότητες επικοινωνίας.

Διαθέσιμοι

Είναι διαθέσιμοι για να καλύψουν τις ανάγκες των νέων επιχειρηματιών σε τακτική βάση κατά τη διάρκεια της καθοδήγησης.

Ενημέρωση

Ενημερώνονται και ενημερώνουν σχετικά με τα εργαλεία και τις τρέχουσες ευκαιρίες που αφορούν τους τομείς της κοινωνικής και της τεχνολογικής καινοτομίας και μπορούν να χρησιμοποιούν τα social media για την ανάπτυξη του έργου τους.

Αμερόληπτοι

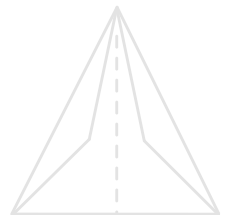
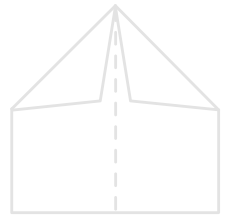
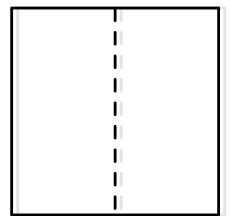
Είναι αντικειμενικοί και επαγγελματίες κατά την παροχή συμβουλών.

Συμμετέχουν

Πρωτοστατούν στη διαδικασία ανάπτυξης και την ανταλλαγή όλων των σχετικών γνώσεων.

Υποστηρικτικοί

Είναι υποστηρικτικοί και πάντα βοηθούν να γίνει η δουλειά.



A collection of mechanical tools and parts is arranged on a grey metal surface. At the top, a pair of black-handled pliers with a yellow handle is positioned. Below it, a large copper pipe with a mallet head is visible. To the left of the copper pipe, there is a black threaded rod, a silver nut, and a silver washer. Further left, a silver metal rod with a threaded section is shown. A small, dark, circular object is also present on the left side. The text "ΤΙ ΚΑΝΕΙ ΕΝΑΣ ΜΕΝΤΟΡΑΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ;" is overlaid in white, serif font on the right side of the image.

ΤΙ ΚΑΝΕΙ ΕΝΑΣ
ΜΕΝΤΟΡΑΣ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ;

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ MENTORING ΣΕ ΤΡΙΑ ΕΥΚΟΛΑ ΒΗΜΑΤΑ



1. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΤΕ ΤΗΝ ΙΔΕΑ

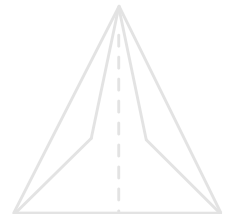
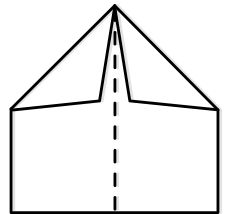
Κριτήρια αξιολόγησης και βέλτιστες πρακτικές, συμπεριλαμβανομένης της επικοινωνίας

2. ΟΡΙΣΤΕ ΤΟΝ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟ ΣΥΜΒΟΥΛΟ

Επιλέξτε το σωστό επαγγελματία που μπορεί να αντιμετωπίσει καλύτερα τα πιθανά θέματα και οικοδομήστε μια ισχυρή σχέση

3. ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΗΝ ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ

Προσδιορίστε όλους τους εσωτερικούς διαθέσιμους πόρους για να επιτύχετε την καλύτερη δυνατή βοήθεια



ΠΩΣ ΝΑ
ΕΔΡΑΙΩΣΕΤΕ
ΚΑΙ ΝΑ
ΔΙΑΤΗΡΗΣΕΤΕ
ΤΗ ΣΧΕΣΗ



Η ΠΡΩΤΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΣΗ

Οι επιχειρηματίες ζητούν στήριξη για να ξεκινήσουν τη νέα τους επιχείρηση για πολλούς και διάφορους λόγους, όπως: δεν ξέρουν πώς να ξεκινήσουν, χρειάζονται βοήθεια για να κατανοήσουν την γραφειοκρατία που απαιτείται, για να πάρουν συμβουλές για την επιχειρηματική τους ιδέα, από την ανάγκη να ανταλλάξουν ιδέες με άλλους πιο έμπειρους επαγγελματίες, αισθάνονται πιο ασφαλείς ξεκινώντας μια νέα εμπειρία αν έχουν εμπειρογνώμονες που παρέχουν υποστήριξη. Είναι σημαντικό να βρουν ένα περιβάλλον που να τους διευκολύνει. Ο χώρος συνάντησης με τον μέντορα πρέπει να είναι φιλόξενος, ζεστός, εύκολα προσβάσιμος και να παρέχει επαρκή προστασία της ιδιωτικής του ζωής, αυτό περιλαμβάνει εκτός από τις φυσικές συνθήκες και τη στάση του μέντορα. Όλα αυτά παρέχουν το πλαίσιο για τη διαδικασία καθοδήγησης.

Κατά τη διάρκεια της πρώτης συνεδρίασης, ο μέντορας θα πρέπει να επικεντρωθεί στους ακόλουθους στόχους:

ΕΔΡΑΙΩΣΗ ΤΗΣ ΣΧΕΣΗΣ

Θα πρέπει να βασίζεται στην αμοιβαία εμπιστοσύνη, τη διαφάνεια, την ικανότητα ακρόασης και την κατανόησης. Η πρώτη συνάντηση είναι σημαντική για τη δημιουργία μιας καλής σχέσης μεταξύ μέντορα και νέου επιχειρηματία. Αυτή η σχέση μπορεί να διαδραματίσει καίριο ρόλο για μια επιτυχή διαδικασία ανάπτυξης των επιχειρήσεων.

ΑΚΟΥΓΟΝΤΑΣ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΙΔΕΕΣ ΤΩΝ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΚΑΙ ΕΞΕΡΕΥΝΩΝΤΑΣ ΤΕΣ ΜΑΖΙ ΤΟΥΣ.

Οι επιχειρηματίες συχνά φτάνουν στην πρώτη συνεδρία χωρίς μια σαφή άποψη τι πρέπει να κάνουν για να προχωρήσει η επιχειρηματική ιδέα τους. Το καθήκον ενός μέντορα είναι να τους βοηθήσει να εξελίξουν την ιδέα και να της δώσουν δομή. Ο μέντορας ακούει την πρώτη αφήγηση και ενθαρρύνει την εξερεύνηση χρησιμοποιώντας την εμπειρία του στη δημιουργία επιχειρήσεων και το ενδιαφέρον του για την ιδέα.

ΑΠΟΚΤΗΣΤΕ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΜΑΔΑ ΚΑΙ ΤΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΤΗΣ

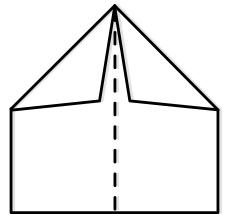
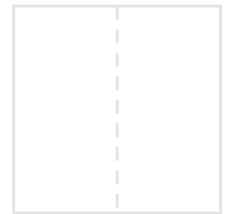
Ποιοι είναι οι ατομικοί και ομαδικοί σκοποί; Ποιες είναι οι προηγούμενες εμπειρίες τους; Η εργασία σε μια συνεταιριστική επιχείρηση βασίζεται στην ομαδική εργασία, τη συνεργασία, την ανταλλαγή. Η στρατηγική βασίζεται στη συλλογή πληροφοριών και απόψεων σχετικά με το επιμέρους υπόβαθρο και τη «συνεταιριστική προσέγγιση». Ο μέντορας βοηθά τους επιχειρηματίες να προβληματιστούν σχετικά με την ομάδα τους και τα κίνητρά τους για να ξεκινήσει το επιχειρηματικό σχέδιο.

ΔΩΣΤΕ ΤΙΣ ΠΡΩΤΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ.

Οι νέοι επιχειρηματίες συχνά παραβρίσκονται στην πρώτη συνεδρία χωρίς μια καλή γνώση του συνεταιριστικού μοντέλου. Ο μέντορας μπορεί να εξερευνήσει τι γνωρίζουν για τους συνεταιρισμούς και γιατί επιλέγουν αυτό το μοντέλο. Στη συνέχεια, να τους βοηθήσει να συλλέξουν κι άλλες πληροφορίες, ώστε να είναι απολύτως σαφής η επιλογή τους. Οι επιχειρηματίες ζητούν στήριξη, αλλά μπορεί επίσης να χρειάζονται βοήθεια για να καθορίσουν τι είδους υποστήριξη χρειάζονται. Ο μέντορας μπορεί να εξηγήσει τη διαδικασία καθοδήγησης και να ενθαρρύνει τους επιχειρηματίες να μοιραστούν τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν καθώς και τους στόχους τους.

Η ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ

Η επικοινωνία και η ακρόαση είναι σημαντικές για τη δημιουργία και τη διατήρηση μιας καλής σχέσης. Ο μέντορας πρέπει να δώσει προσοχή στις μεθόδους επικοινωνίας του.





Οι στόχοι του είναι:

Η ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗ ΤΗΣ
ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗΣ

Η ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ

Η ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ
ΧΡΗΣΙΜΩΝ

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ

Η ΕΝΘΑΡΡΥΝΣΗ ΤΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΝΑ
ΑΙΣΘΑΝΟΝΤΑΙ
ΕΥΠΡΟΣΔΕΚΤΟΙ ΚΑΙ ΟΤΙ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΟΝΤΑΙ



Οι μέντορες θα πρέπει να είναι υποστηρικτικοί όχι μόνο με τη χρήση των κατάλληλων λέξεων, αλλά και με την στάση τους, τις εκφράσεις του προσώπου και τις χειρονομίες, τον τόνο και το ρυθμό της ομιλίας. Οι μέντορες θα πρέπει να αποφεύγουν τις γενικεύσεις, την υπερτίμηση, τις προκαταλήψεις και την μεταβίβαση προσδοκιών. Πρέπει να είναι σε θέση να αναγνωρίζουν και να εκτιμούν τις θετικές πτυχές των επιχειρηματιών, τις ικανότητές τους και τις ιδέες χωρίς υπερβολικές και εσφαλμένες προσδοκίες.

Οι μέντορες χρησιμοποιούν κατανοητή γλώσσα και την προσαρμόζουν σύμφωνα με τον νέο επιχειρηματία συνομιλητή τους. Θα πρέπει να είναι πρακτικοί και να παρέχουν συγκεκριμένα παραδείγματα, αλλά ταυτόχρονα να διευκολύνουν τις νέες ιδέες και τη δημιουργικότητα.

ΠΩΣ ΝΑ ΑΚΟΥΤΕ

Ο μέντορας θα πρέπει να εφαρμόζει την ενεργητική ακρόαση. Αυτή είναι η ικανότητα να ακούει οδηγώντας τους άλλους ανθρώπους να σκέφτονται, να εξετάσει τα νέα στοιχεία, και να κατανοήσει τις δικές τους σκέψεις. Ο σύμβουλος πρέπει να έχει ενσυναίσθηση, να ακούει τις πρακτικές πληροφορίες, αλλά και τα συναισθήματα, τα κίνητρα, τους φόβους, τις ανάγκες. Η ενεργητική ακρόαση ενθαρρύνει τον επιχειρηματία σε αυτο-εξερεύνηση χρησιμοποιώντας το διάλογο. Ο μέντορας ασκεί την ενεργητική ακρόαση χρησιμοποιώντας την αναδιατύπωση και τις ανοιχτές ερωτήσεις. Αναδιατύπωση είναι μια τεχνική που βασίζεται στην επανάληψη όσων έχουν ειπωθεί, χρησιμοποιώντας διαφορετικές λέξεις και συνοψίζοντας το περιεχόμενο κατά τη διάρκεια της συνεδρίασης. Αυτό επιτρέπει στον μέντορα να επιβεβαιώσει ότι έχει καταλάβει τι θέλει να εκφράσει ο επιχειρηματίας. Οι ανοιχτές ερωτήσεις, αντίθετα από τις κλειστές ερωτήσεις, βοηθούν την διερεύνηση του θέματος και τη διεύρυνση πόσο έγινε κατανοητό, διευκολύνοντας νέους προβληματισμούς και ιδέες.

ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΡΩΤΗΣΕΤΕ

Ο μέντορας μπορεί να χρησιμοποιήσει μια μικρή λίστα ερωτήσεων ελέγχου για να βοηθήσει την πρώτη εξερεύνηση των κρίσιμων παραμέτρων (την επιχειρηματική ιδέα, την ομάδα, τη γνώση τους για τις συνεταιριστικές επιχειρήσεις, τις ικανότητές τους, τις ανάγκες, κλπ).



Τι πρέπει να ρωτήσει

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΑΣ
ΙΔΕΑ;

ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ
ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΠΟΥ ΘΑ
ΛΥΣΟΥΝ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ /
ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΑΣ;

ΠΟΙΕΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ
ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΟΙ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ
ΜΕΛΩΝ ΣΑΣ;

ΤΙ ΓΝΩΡΙΖΕΤΕ ΓΙΑ ΤΟ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟ
ΜΟΝΤΕΛΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;

ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΛΕΞΑΤΕ
ΑΥΤΟ ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ;

ΠΩΣ ΜΠΟΡΟΥΜΕ ΝΑ
ΣΑΣ ΒΟΗΘΗΣΟΥΜΕ ΝΑ
ΕΞΕΚΙΝΗΣΕΤΕ ΤΗΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ; ΤΙ
ΧΡΕΙΑΖΕΣΤΕ?

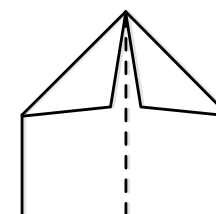


ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ

Ο μέντορας θα πρέπει να καταρτίσει ένα χρονοδιάγραμμα για τις συναντήσεις, συνδυάζοντας την δια ζώσης επικοινωνία με την επικοινωνία μέσω τεχνικών μέσων. Η χρήση της γραπτής επικοινωνίας (email, μηνύματα, αναφορές) μπορούν να βοηθήσουν στην διαχείριση του φορτωμένου προγράμματός τους και μπορεί εύκολα να χρησιμοποιηθεί ως μελλοντική τεκμηρίωση. Η ζωντανή επικοινωνία (συναντήσεις ή τηλεφωνικές κλήσεις / βίντεο) είναι πιο άμεση και συχνά πιο αποτελεσματική, ειδικά στα πρώτα στάδια. Η διαθεσιμότητα του μέντορα είναι μια άλλη σημαντική πτυχή της σχέσης. Ο βαθμός διαθεσιμότητας (αν πρέπει ή όχι να δώσει τον προσωπικό αριθμό κινητού ή τηλεφώνου εργασίας, τον καθορισμό χρονικών διαστημάτων για κλήσεις, κλπ) είναι απόφαση του μέντορα που θα πρέπει να κοινοποιείται στην αρχή της σχέσης.

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ ΠΟΡΩΝ ΚΑΙ ΜΟΙΡΑΣΜΑ ΠΟΛΥΤΙΜΩΝ ΕΠΑΦΩΝ

Το Mentoring αφορά ουσιαστικά την ανταλλαγή πληροφοριών και την ανάπτυξη επαφών που βασίζονται στην ικανότητα καθοδήγησης και τις επαγγελματικές δεξιότητες των μεντόρων. Ο μέντορας θα πρέπει να εκτιμήσει τους διαθέσιμους πόρους της προτεινόμενης συνεργασίας (κεφάλαια, ικανότητες, επαγγελματικές δεξιότητες, ικανότητες επικοινωνίας, κλπ) και την τοποθέτηση της επιχείρησης (εξειδικευμένη αγορά, τομέας ή υποτομέας, προϊόντα). Βάσει των πληροφοριών που αποκτήθηκαν, ο μέντορας θα είναι σε θέση να καταρτίσει ένα κατάλογο των τοπικών επαφών για τους επιχειρηματίες. Οι συναντήσεις με καθιερωμένους συνεταιρισμούς μπορεί να είναι μια πολύτιμη εμπειρία για τους νέους επιχειρηματίες. Μπορεί επίσης να παρέχει την ευκαιρία της δικτύωσης και την ενεργό συνεργασία μεταξύ των νέων και των καθιερωμένων συνεταιρισμών στην τοπική περιφέρεια.





Ένας από τους πιο βασικούς παράγοντες επιτυχίας για τις νεοσύστατες συνεταιριστικές επιχειρήσεις είναι η ικανότητα των επιχειρηματιών για την:

ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ
ΑΞΙΟΠΙΣΤΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ
ΣΧΕΔΙΩΝ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΚΑΙ
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ
ΤΑΜΕΙΑΚΩΝ ΡΟΩΝ

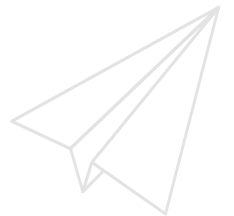
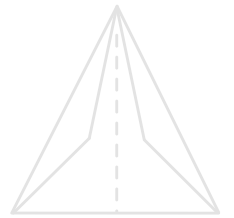
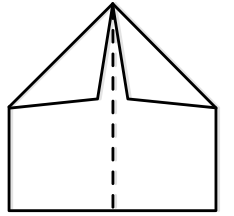
ΕΠΙΛΟΓΗ ΚΑΙ
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ
ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟ-
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ

ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

Με τις ερωτήσεις του μέντορα και την καθοδήγηση, οι επιχειρηματίες θα πρέπει να είναι σε θέση να αποκτήσουν αυτές τις ικανότητες.

Το μοντέλο επιχειρηματικού σχεδίου που αναπτύσσεται στην επόμενη ενότητα είναι χρήσιμο για την απόκτηση αυτών των ικανοτήτων.







ΠΩΣ ΘΑ
ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ
ΤΟΥΣ
ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΟΥΣ
ΠΟΡΟΥΣ;

ΠΡΟΤΥΠΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ (BUSINESS PLAN)

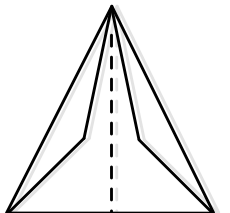
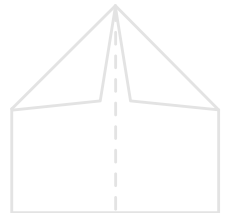
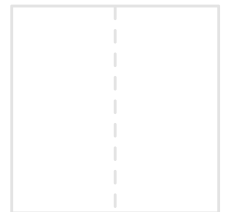
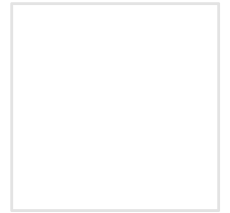
Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα εργαλείο, που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του επιχειρηματικού σχεδιασμού. Κάθε επιχειρηματικό σχέδιο είναι σαν ένα εγχειρίδιο ή οδηγός της επιχείρησης ή της επιχειρηματικής ιδέας και θα πρέπει να τροποποιείται συνεχώς, να ενημερώνεται και επαληθεύεται από κάθε επιχειρηματία, δεδομένου ότι είναι συνήθως ένα σχέδιο που βασίζεται σε στατιστικά στοιχεία ή προβλέψεις. Τα δεδομένα αυτά θα πρέπει να υποστηρίζονται από μια μελέτη σκοπιμότητας, η οποία στη συνέχεια χρησιμοποιείται για τη σύνταξη του Επιχειρηματικού Σχεδίου.

Πολλές διαφορετικές μορφές επιχειρηματικού σχεδίου είναι διαθέσιμες, δεν υπάρχει ένα μοναδικό μοντέλο. Σε γενικές γραμμές, δύο τομείς προσδιορίζονται μέσα σε ένα Business Plan (B.P.): Το πρώτο μέρος είναι περιγραφικό και το δεύτερο περιέχει οικονομικά και χρηματοοικονομικά στοιχεία.

Εκτός από την παρουσίαση της επιχειρηματικής ιδέας και των στόχων, το περιγραφικό μέρος περιλαμβάνει όλες τις πληροφορίες σχετικά με την επιχειρηματική άποψη στην οποία βασίζεται το σχέδιο, τις λεπτομέρειες σχετικά με την αγορά που απευθύνεται, τους πελάτες που στοχεύει, τις πληροφορίες σχετικά με το προσφερόμενο προϊόν ή υπηρεσία, τη στρατηγική και το επιχειρησιακό σχεδιασμό, το προσωπικό που συμμετέχει, τις τεχνικές προώθησης και τη στρατηγική μάρκετινγκ, καθώς και μια ανάλυση SWOT.

Το οικονομικό / χρηματοοικονομικό μέρος καλύπτει τους τομείς των επενδύσεων και την ανάλυση του ισολογισμού, συμπεριλαμβανομένων, κυρίως, τις πληροφοριών σχετικά με τα έξοδα, τα κέρδη, τις ζημίες, ένα χρηματοδοτικό σχέδιο και τις ταμειακές ροές.

Ο CoopStarter μέντορας έχει στη διάθεσή του διάφορα μοντέλα επιχειρηματικού σχεδίου που θα προσφέρει στους μελλοντικούς επιχειρηματίες παρέχοντάς τους την απαιτούμενη υποστήριξη και την παροχή συμβουλών για την εφαρμογή του επιλεγμένου μοντέλου. Τα διάφορα μοντέλα Business Plan μπορούν επίσης να χρησιμοποιηθούν από τον μέντορα σαν ασκήσεις πρακτικής στο πλαίσιο διδασκαλίας και εκπαιδευτικών συναντήσεων που απευθύνονται σε μεγαλύτερες ομάδες ανθρώπων που ενδιαφέρονται να δημιουργήσουν της δικής τους επιχείρησης.





Τα «FAQs» είναι ένα είδος «σημειώσεων» που παρέχουν συνοπτικά γενικές πληροφορίες, συμβουλές και χρήσιμες ιστοσελίδες για τρία βασικά θέματα:

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ
ΜΟΝΤΕΛΟ,
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ
ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΞΙΕΣ,
ΠΩΣ ΙΔΡΥΕΤΑΙ ΕΝΑΣ ΝΕΟΣ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ,
ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ ΚΑΙ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ, ΕΠΑΦΕΣ
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ
ΝΕΟΣΥΣΤΑΤΩΝ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΩ
CROWDFUNDING, ΔΙΑΦΟΡΟΙ
ΤΥΠΟΙ, ΤΙ ΕΙΝΑΙ; ΠΩΣ
ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ, ΠΩΣ
ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙΤΑΙ,
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ MENTORING.

ΕΡΓΟ COOPSTARTER: ΤΙ
ΕΙΝΑΙ; ΤΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ
ΠΑΡΕΧΕΙ.



ΣΥΧΝΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ (FAQS)

Οι συχνές ερωτήσεις πρόκειται να αποτελέσουν έναν χρήσιμο και πρακτικό οδηγό για τον μέντορα, προκειμένου να έχει απλές και άμεσες απαντήσεις για τα παραπάνω θέματα. Οι επιχειρηματίες μπορούν να απευθύνονται στις «Συχνές ερωτήσεις» ως πρώτες κατευθυντήριες γραμμές για να προσεγγίσουν το συνεταιριστικό μοντέλο και τις ευκαιρίες που προσφέρει. Ξεκινώντας από κάθε ερώτηση ο μέντορας μπορεί να επεκταθεί και να εμβαθύνει στις πληροφορίες και το σκεπτικό κάθε πτυχής που συνοψίζεται στις «Συχνές ερωτήσεις». Οι συχνές ερωτήσεις μπορούν επίσης να διανεμηθούν στους συμμετέχοντες, ως μέρος του εκπαιδευτικού υλικού που παρέχεται από τον μέντορα.

ΠΡΟΦΙΛ ΧΩΡΑΣ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

Τα προφίλ χωρών είναι ομοιόμορφα εργαλεία για την παροχή πληροφοριών σχετικά με το συνεταιριστικό σύστημα της κάθε χώρας που συμμετέχει στο πρόγραμμα CoopStarter. Το κάθε προφίλ αφορά συγκεκριμένη χώρα και περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με το συνεταιριστικό κίνημα και το νομικό πλαίσιο, τις οργανώσεις που συμμετέχουν στο συνεταιριστικό κίνημα και τις υπηρεσίες που παρέχουν, την συνεταιριστική υποστήριξη –mentoring για τις νέες επιχειρήσεις σε διάφορες γεωγραφικές περιοχές, την κυβερνητική υποστήριξη για τις νέες επιχειρήσεις, τις πηγές χρηματοδότησης και την εμπειρογνωμοσύνη της κάθε υπηρεσίας, την εμπειρία της «χρηματοδότησης μέσω του πλήθους» (crowdfunding).

Προς το παρόν οι διαθέσιμες πληροφορίες αναφέρονται στις ακόλουθες χώρες: Βέλγιο, Δανία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ιταλία, Σουηδία. Η λίστα των διαθέσιμων προφίλ χωρών μπορεί να διευρυνθεί, ανάλογα με την ένταξη νέων συνεργατικών φορέων στο πρόγραμμα CoopStarter (website / πλατφόρμα).

Οι πληροφορίες που περιλαμβάνονται στο προφίλ κάθε χώρας στοχεύουν στην παροχή ενός γενικού πλαισίου του συνεταιριστικού κινήματος κάθε χώρας, τη δομή του, τις υπηρεσίες και τα κυριότερα προβλήματα / εμπόδια. Με αυτό τον τρόπο κάθε μέντορας έχει στη διάθεσή του μια ομοιόμορφη σύγκριση που θα μπορούσε να του παράσχει νέες ιδέες, καλές πρακτικές και εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν τόσο ως παραδείγματα για τους εκπαιδευόμενους επιχειρηματίες του, καθώς επίσης και ως νέες ιδέες στο συγκεκριμένο μοντέλο της χώρας από την οποία προέρχεται.

Κάθε ένα από τα προφίλ χώρας μπορεί να διευρυνθεί και να αναλυθεί σε βάθος από τον μέντορα, για την ίδια του τη χώρα. Αυτό το προφίλ είναι χρήσιμο για να επιτρέψει στους εκπαιδευόμενους να κατανοήσουν το διαρθρωτικό και νομικό πλαίσιο εντός του οποίου έχουν ως στόχο να δημιουργήσουν ένα νέο συνεταιρισμό.

Οι μελέτες περιπτώσεων προσφέρουν πρακτικά παραδείγματα για το πώς έχουν λειτουργήσει οι συνεταιριστικές επιχειρήσεις σε κάθε χώρα στο πλαίσιο της νομοθετικής δομής της χώρας τους για να ιδρύσουν επιτυχημένους συνεταιρισμούς σε ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών.

Χρήσιμοι Σύνδεσμοι

www.starter.coop

stories.coop/

www.sommetinter.coop/cms/interview-with-young-leader-rhiannon-colvin

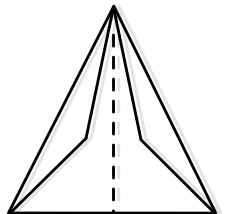
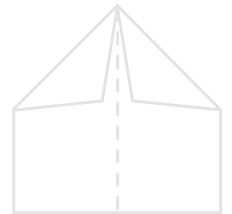
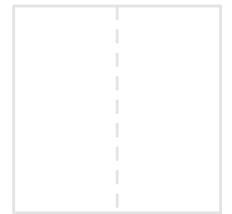
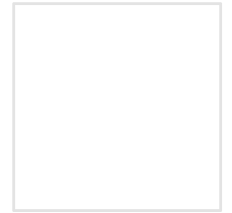
www.facebook.com/altgen101

www.im-pactes.eu/fr/la-mallette-pedagogique/

www.microgenius.org.uk/pg/about-us-1

www.crowdday.be/telechargements.html

www.euricse.eu/node/257



A person is sitting at a wooden desk, typing on a silver laptop. The person is wearing a dark t-shirt and glasses. On the desk, there is a smartphone, a pen, and a stack of books. The books have various colored sticky tabs (yellow, blue, green). A pair of glasses is resting on top of the books. The background is bright and out of focus, suggesting a window with natural light. The text "ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ" is overlaid in white, serif font on the right side of the image.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

ΤΙ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΝΑ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΟΥΝ ΤΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ;

Η αξιολόγηση των οικονομικών αναγκών μιας επιχείρησης απαιτεί τη γνώση των διαφορετικών «χρηματοδοτικών» επιλογών, που συνήθως συνδέονται με τη φάση κατά την οποία αναζητείται η γνώση των παραγόντων που επηρεάζουν τις οικονομικές ανάγκες.

ΕΙΔΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΠΟΥ ΔΙΑΤΙΘΕΝΤΑΙ ΓΙΑ ΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Καθαρό ενεργητικό: Ίδια κεφάλαια μελών Μεριδιακού κεφαλαίου, αποθεματικά, κέρδη. Κύρια χαρακτηριστικά: υψηλότερος κίνδυνος, δεν υπάρχουν όρια των αποδοχών, δεν υπάρχει απόσβεση. (Φάση στην οποία υπάρχει η μεγαλύτερη ανάγκη: αρχική προετοιμασία και εκκίνηση).

Χρέος (τράπεζες, προμηθευτές, κ.λπ.): ανάλυση της δυναμικής των πληρωμών. Κύρια χαρακτηριστικά: πάγιες αποδοχές, σχέδια αποσβέσεων, μη πρωταρχικός κίνδυνος (Φάση στην οποία υπάρχει η μεγαλύτερη ανάγκη: η ανάπτυξη και η ωριμότητα).

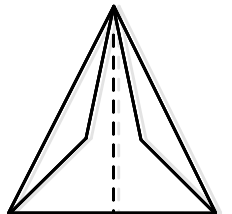
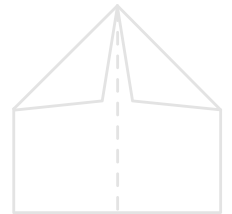
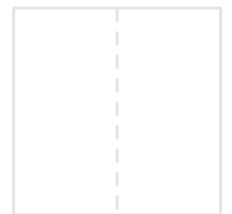
Τα υβριδικά χρηματοδοτικά μέσα (μετοχές με αποδοχές, κ.λπ.), συμπεριλαμβανομένης της χρηματοδότησης από το πλήθος (crowdfunding)

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ, ΓΙΑ ΤΙ;

Επενδύσεις (πάγια περιουσιακά στοιχεία): το είδος της επένδυσης και της απόσβεσης. Τύποι των χρηματοδοτικών προϊόντων που σχετίζονται με αυτή την ανάγκη (μίσθωση, δάνειο, υποθήκη, κ.λπ.) (Φάση στην οποία υπάρχει η μεγαλύτερη ανάγκη: εκκίνηση συνεταιρισμού).

Το κεφάλαιο κίνησης (κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία): ποια θα είναι η μορφή πίστωσης; πώς θα τα χρηματοδοτήσετε; Διαχείριση ταμειακών εισροών. Τύποι των χρηματοδοτικών προϊόντων που σχετίζονται με αυτή την ανάγκη (επιταγές για διακίνηση ποσών μεγαλύτερων του κεφαλαίου, κλπ)

Φάση στην οποία υπάρχει η μεγαλύτερη ανάγκη: ανάπτυξη και ωριμότητα.





Οι μεταβλητές που επηρεάζουν τις οικονομικές ανάγκες

ΠΩΛΗΣΕΙΣ

ΧΡΗΜΑΤΟΡΟΕΣ

ΑΠΟΛΑΒΕΣ: ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΒΙΔΤ ΚΑΙ ΕΒΙΤΔΑ

Στη συνέχεια, προκειμένου να αξιολογήσουν οι επιχειρηματίες τα καταλληλότερα χρηματοοικονομικά προϊόντα, οφείλουν να εξοικειωθούν με την ιδέα της εγγύησης.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΕΓΓΥΗΣΗ;

Ακίνητα ή άλλα περιουσιακά στοιχεία που ένας οφειλέτης προσφέρει σε έναν δανειστή για την εξασφάλιση / εγγύηση ενός δανείου που θα του χορηγήσει. Αν ο δανειολήπτης σταματήσει να κάνει τις πληρωμές δανείου που έχει υποσχεθεί, ο δανειστής μπορεί να κατάσχει την εγγύηση για να ανακτήσει τις απώλειες του.

Η διαμεσολάβηση ενός «εγγυητή» είναι ένας άλλος τρόπος για να εξασφαλιστεί ένα δάνειο: αυτό περιλαμβάνει μια υπόσχεση από το έναν τρίτο να αναλάβει την ευθύνη να ξεπληρώσει ένα δάνειο ενός οφειλέτη, εάν αυτός δεν μπορεί να το ξεπληρώσει.

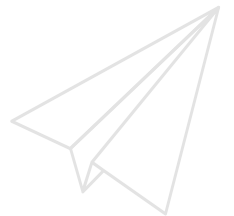
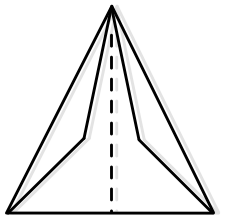
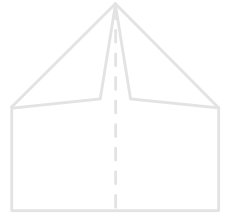
ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ;

Οι τράπεζες μπορούν να δανείζουν χρήματα πιο εύκολα και με χαμηλότερο επιτόκιο όταν το δάνειο συνοδεύεται από εγγυήσεις. Σήμερα, οι περισσότερες τράπεζες δίνουν δάνεια μόνο εάν υπάρχουν εγγυήσεις.

ΠΩΣ ΜΠΟΡΟΥΜΕ ΝΑ ΠΑΡΟΥΜΕ ΜΙΑ ΕΓΓΥΗΣΗ;

Κατ' αρχή, τα περιουσιακά στοιχεία του ενεργητικού που προσφέρονται στο δανειστή πρέπει να ανήκουν στο συνεταιρισμό. Οι εγγυήσεις συνήθως πωλούνται, με επιτόκιο + δικαιώματα προμήθειας, μέσω συγκεκριμένων χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων που αναφέρονται μόνο σε αυτά τα προϊόντα..







ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2
ΟΙΚΟΔΟΜΩΝΤΑΣ
ΜΙΑ ΚΟΙΝΗ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ
ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

ΕΙΝΑΙ Ο
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ
ΤΟ ΣΩΣΤΟ
ΜΟΝΤΕΛΟ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΑΣ;



Σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές του Συνεταιριστικού Ομίλου του Mondragon ακολουθούνται τρία βήματα για την ίδρυση Συνεταιρισμών.

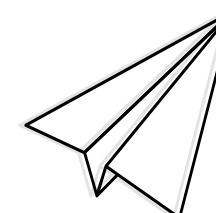
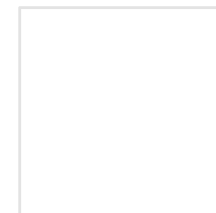
1. Ενημέρωση για το τι είναι ένα Συνεταιρισμός και τι δεν είναι. Διαφορές με άλλα είδη επιχειρήσεων και άλλες μορφές επιχειρήσεων Κοινωνικής Οικονομίας
2. Ενημέρωση για τη διεθνή και τοπική συνεταιριστική ιστορία. Ενημέρωση για τις διεθνείς Συνεταιριστικές δομές και μεγέθη, πλήθος μελών, κύκλος εργασιών, συνεταιριστικές αρχές, οργανωτική δομή, τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα των μελών, οι τεχνικές διαχείρισης συγκρούσεων.
3. Την σύνταξη του επιχειρηματικού σχεδίου και του καταστατικού με την εισαγωγή περισσότερων συνεταιριστικών χαρακτηριστικών σύμφωνα με τις συνεταιριστικές αρχές.

ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΝΑΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ;

Ο Συνεταιρισμός είναι μια αυτόνομη και δημοκρατικά ελεγχόμενη Ένωση (Σωματείο) από άτομα που ενώνονται για την αντιμετώπιση κοινών οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών αναγκών. Βασιζόμενος στην αρχή της συμμετοχικής διακυβέρνησης, οι συνεταιρισμοί διοικούνται από εκείνους που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες του, τα μέλη του.

Σχεδόν 1 δισεκατομμύριο άνθρωποι είναι μέλη των συνεταιρισμών σε όλο τον κόσμο. Συνεταιρισμοί υπάρχουν σε όλα τα μεγέθη και σχήματα, και λειτουργούν σε όλα τα τμήματα της οικονομίας: από την ιατρική περίθαλψη ως τη στέγαση, από τις αγροκαλλιέργειες ως τα φαρμακεία, από τα σούπερ μάρκετ ως τα αθλητικά σωματεία, από τις τράπεζες ως τα αρτοποιεία. Ως ένα ισχυρό δίκτυο που συνδέει τοπικούς και παγκόσμιους οργανισμούς, το συνεταιριστικό κίνημα είναι ένα ζωτικό μέρος της κοινωνίας που συνεργάζεται για να δημιουργήσει ένα καλύτερο κόσμο.

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΔΟΜΗΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΩΝ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΩΝ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ;





ΟΙ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΙ

Οι Συνεταιρισμοί είναι επιχειρήσεις που ανήκουν και διοικούνται από και για τα μέλη τους. Ακόμα κι αν τα μέλη είναι πελάτες, εργαζόμενοι ή η κοινότητα έχουν ισότιμο λόγο στο τι κάνει η επιχείρηση και ένα μερίδιο από τα κέρδη. Καθώς οι επιχειρήσεις καθοδηγούνται από αξίες και όχι μόνο από το κέρδος, οι συνεταιρισμοί μοιράζονται διεθνώς συμφωνημένες αρχές και ενεργούν μαζί για να δημιουργήσουν ένα καλύτερο κόσμο μέσω της Συνεταιριστικής συνεργασίας. Η επιτυχής συνεργασία των συνεταιρισμών σε όλο τον κόσμο, επιτρέπει στους ανθρώπους να ενώσουν τις δυνάμεις τους για τη δημιουργία βιώσιμων επιχειρήσεων οι οποίες δημιουργούν θέσεις απασχόλησης, ευημερία και παρέχουν λύσεις για τη φτώχεια έναντι των βραχυπρόθεσμων επιχειρηματικών πρακτικών. (ICA)



Η επιλογή της Συνεταιριστικής μορφής είναι η καλύτερη επιλογή νομικού προσώπου, γιατί είναι ένα οργανωτικό εργαλείο που σχεδιάστηκε για να καλύψει τις ανάγκες και να διευκολύνει τα εγχειρήματα τόσο των μικρών ομάδων όσο και των μεγάλων με δεκάδες, εκατοντάδες ή ακόμα και χιλιάδες μέλη. Το συνεταιριστικό μοντέλο προσφέρει ένα νομικό πλαίσιο που αποδεδειγμένα διέπεται από κανόνες συλλογικής λήψης αποφάσεων και την προστασία του κοινού συμφέροντος.

Στην προσπάθειά του να εκπληρώσει μια συγκεκριμένη οικονομική, κοινωνική ή πολιτιστική ανάγκη, η συνεταιριστική επιλογή μπορεί να είναι ο καλύτερος τρόπος να γίνει κανείς επιχειρηματίας ή να επιλύσει μαζί με άλλους προβλήματα όταν μοιράζονται τους ίδιους στόχους.

ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ

"Συνεταιρισμός είναι μια αυτόνομη Ένωση (Σωματείο) προσώπων τα οποία συνδέονται εθελοντικά με σκοπό να εξυπηρετήσουν τις οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές ανάγκες και επιδιώξεις τους μέσω μιας συμμετοχικής και δημοκρατικά ελεγχόμενης επιχείρησης." Σύμφωνα με τον ορισμό της συνεταιριστικής ταυτότητας που είναι διεθνώς αποδεκτή, οι συνεταιρισμοί έχουν διπλό χαρακτήρα, ως Ενώσεις (Οργανώσεις -Σωματεία) και ταυτόχρονα ως επιχειρήσεις. Μιλώντας για τη Συνεταιριστική εσωτερική οργάνωση, οι Συνεταιρισμοί λειτουργούν ως Ενώσεις προσώπων (Σωματεία) αλλά και στη σχέση τους με τον έξω κόσμο θα πρέπει να είναι δυναμικές και ανταγωνιστικές επιχειρήσεις.

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

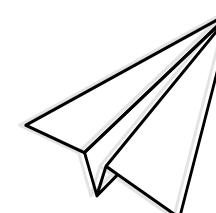
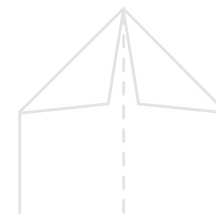
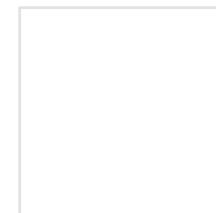
Συνεταιρισμός είναι μια αυτόνομη Ένωση (Σωματείο) προσώπων τα οποία συνδέονται εθελοντικά με σκοπό να εξυπηρετήσουν τις οικονομικές, κοινωνικές και πολιτιστικές ανάγκες. Βασίζεται στην αρχή της συμμετοχικής διακυβέρνησης και ελέγχονται από εκείνους που χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες τους, δηλαδή τα μέλη τους.


ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ
ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟΥ
ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΚΑΙ
ΑΛΛΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ
ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ



Βασισμένοι στις αρχές της ενδυνάμωσης, της εκπαίδευσης και της κοινότητας, οι Συνεταιρισμοί λειτουργούν παράλληλα προωθώντας τη συμμετοχή τόσο εντός της δικής τους οργάνωσης όσο και με επίκεντρο την αλληλεπίδραση και την υποστήριξη της κοινότητας.

Οι Συνεταιρισμοί ακολουθούν το διοικητικό μοντέλο της Ένωσης προσώπων (Σωματείου) όπου τα μέλη αποφασίζουν για τα συνεταιριστικά θέματα, προσφέροντας στον καθένα μια ψήφο (Δεύτερη αρχή: ένα μέλος-μία ψήφος), ενώ έχουν διευρύνει την κλασική δομή και την δημοκρατική εκπροσώπηση της Οργάνωσης δίνοντας έμφαση σε μεθόδους δημοκρατικού ελέγχου, καθώς η ανάληψη του συνεταιρισμού ελέγχου από εξωτερικούς συνεταιριστικούς παράγοντες του ιδιωτικού ή δημόσιου τομέα, ακυρώνει την αυτονομία τους.





ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ
ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ
ΔΟΜΗ;

ο συνεταιρισμός θα χρειαστεί τουλάχιστον τα ακόλουθα για την καθημερινή του λειτουργία:

Γενική Συνέλευση

Διοικητικό Συμβούλιο

Συμβούλους

Σύστημα Επιτροπών

Μισθωτούς διαχειριστές/ μισθωτούς υπαλλήλους μελη

Οικονομικό Μοντέλο

Οι Συνεταιρισμοί, ως Ενώσεις προσώπων (Σωματεία) έχουν στόχο να καλύψουν τις κοινωνικές και πολιτιστικές ανάγκες των μελών, όπως οι περισσότερες μορφές Ενώσεων προσώπων (εκτός από τις ΜΚΟ που έχουν σκοπό την κάλυψη των αναγκών όλης της κοινότητας και όχι μόνο των μελών τους).

Η βασική διαφορά μεταξύ των Συνεταιρισμών και άλλων μορφών Οργανώσεων (Ενώσεων, Σωματείων, ΜΚΟ κλπ.) που αντλούν πόρους για την υπηρεσία των σκοπών τους από τις συνεισφορές των μελών τους και άλλες δωρεές, είναι ότι οι Συνεταιρισμοί εκτός από τις συνεισφορές και δωρεές για την εξυπηρέτηση των προσωπικών και κοινωνικών αναγκών τους, αντλούν οικονομικούς πόρους από την οικονομική δραστηριότητα μιας επιχείρησης που ανήκει σ' αυτούς και ελέγχεται από κοινού.

ΕΙΝΑΙ ΕΝΑΣ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;

Παρότι ο πρωταρχικός στόχος ενός Συνεταιρισμού δεν είναι να μεγιστοποιήσει το κέρδος αλλά να εξυπηρετήσει τα μέλη του, ένας Συνεταιρισμός πρέπει ωστόσο να δημιουργήσει επαρκή έσοδα για να καλύψει τα έξοδά του και να εξασφαλίσει την ανάπτυξή του. Μετά την διάθεση (στα αποθεματικά ταμεία) των απαραίτητων κεφαλαίων για τη χρηματοδότηση της επέκτασης των δραστηριοτήτων του, τυχόν πλεονάσματα που απομένουν επιστρέφονται στα μέλη.

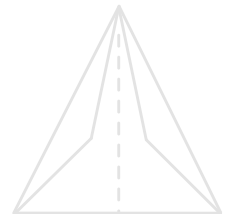
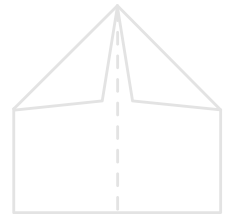
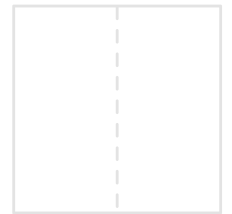
Πέρα από αυτή την βασική απαίτηση και σύμφωνα με ορισμένες ισχύουσες νομοθεσίες περί συνεταιρισμών, ένας συνεταιρισμός μπορεί να αποφασίσει να μη διανείμει καθόλου πλεονάσματα και, επομένως, σε ορισμένες περιπτώσεις, θα ταυτιστεί με τον ορισμό ενός μη κερδοσκοπικού οργανισμού.

ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ ΚΑΙ ΤΟΥ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΜΟΝΤΕΛΟΥ

Οι παραδοσιακές επιχειρήσεις εστιάζουν στη δύναμη της ιδιοκτησίας ενός ατόμου ή, μερικές φορές, μιας μικρής ομάδας συνεργατών. Με το Συνεταιριστικό μοντέλο κάθε πελάτης είναι μέλος και κάθε μέλος είναι ένας από τους ιδιοκτήτες. Οι ιδιοκτήτες – μέλη μοιράζονται εξίσου τον έλεγχο του συνεταιρισμού. Συνεδριάζουν τακτικά για να αναλύσουν τις επιχειρηματικές εκθέσεις και εκλέγουν από τα μέλη τους ένα συμβούλιο που μπορεί να διορίσει για να επιβλέπουν τις καθημερινές λειτουργίες.

Σε ένα παραδοσιακό επιχειρηματικό μοντέλο ένα άτομο μπορεί να αποκτήσει τον έλεγχο μιας εισηγμένης εταιρίας στο χρηματιστήριο, αγοράζοντας την πλειοψηφία των μετοχών, αποκτώντας έτσι μεγάλη δύναμη ψήφων. Σε ένα Συνεταιρισμό, κανένα μέλος δεν μπορεί να αγοράσει ή να ελέγξει το μερίδιο του άλλου. Κάθε μέλος έχει ίσα δικαιώματα ψήφου και οι αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται σύμφωνα με τις επιθυμίες της πλειοψηφίας. Η ισχύς πραγματικά βρίσκεται στα χέρια της βάσης - στα μέλη.

Οι περισσότερες παραδοσιακές επιχειρήσεις λειτουργούν με κύριο στόχο την απόδοση κέρδους σε ένα άτομο ή σε μια ομάδα μετόχων. Τα οφέλη που προσφέρει ένας Συνεταιρισμός στα μέλη φτάνουν πιο πέρα από αυτά. Συγκεντρώνοντας τα χρήματά τους, μια ομάδα ατόμων με κοινή άποψη, μπορεί π.χ. να σχηματίσει ένα Συνεταιρισμό που θα προσφέρει υψηλότερης ποιότητας προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές. Επιπλέον, ένας Συνεταιρισμός επιτρέπει στα άτομα να έχουν άμεσο λόγο στις επιχειρηματικές δραστηριότητες, κάτι που συχνά λείπει στις παραδοσιακές επιχειρήσεις.



ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ

	Σωματεία, Σύλλογοι	Συνεταιρισμοί	Επιχειρήσεις που ανήκουν σε Επενδυτές
Σκοπός	Αντιπροσώπευση και υπεράσπιση των αναγκών των μελών στο χώρο εργασίας και μερικές φορές για ευρύτερα θέματα.	Αντιμέτωπιση των αναγκών των μελών: οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών.	Δημιουργεί κέρδος για τους επενδυτές
Πως λειτουργεί;	Δημοκρατικό, μία ψήφος για κάθε μέλος. Εκλεγεί Επιτροπή διοίκησης.	Η Διαχείριση ελέγχεται από το δημοκρατικά εκλεγμένο Διοικητικό Συμβούλιο (Μια ψήφος για κάθε μέλου. Μη μεταβιβάσιμες μερίδες.	Το Διοικητικό Συμβούλιο είναι υπόλογο στους μετόχους. Οι ψήφοι καθορίζονται από την ιδιοκτησία των μετοχών. Μεταβιβάσιμες μετοχές.
Ιδιοκτησία	Ιδιοκτησία των μελών.	Ιδιοκτησία των μελών	Διαβιβάσιμες υπό διαπραγμάτευση μετοχές. Η τιμή τους μπορεί να κυμανθεί.
Πού πηγαίνουν τα κέρδη;	Δεν δημιουργούνται εισοδήματα πέρα από τις εισφορές των μελών (μη κερδοσκοπική λειτουργία).	Επανεπενδύονται στον συνεταιρισμό ή την κοινότητα, ή / και σε μερίσματα μελών, ανάλογα με τις συναλλαγές με ή / και μέσω του συνεταιρισμού.	Στους μετόχους και σε επενδύσεις στην επιχείρηση.
Έσοδα	Συνδρομές των μελών.	Χρεώσεις για τα αγαθά και τις υπηρεσίες.	Χρεώσεις για τα αγαθά και τις υπηρεσίες.

ΜΟΝΤΕΛΟ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ

Οι Συνεταιρισμοί είναι η μοναδική μορφή επιχείρησης που οι ενδιαφερόμενοι καταναλωτές των προϊόντων ή των υπηρεσιών, είναι ταυτόχρονα και οι από κοινού ιδιοκτήτες και ελεγκτές (η τριπλή φύση του μέλους ενός Συνεταιρισμού). Με τον τρόπο αυτό θα καταφέρουν να διασφαλίσουν ότι τα προσφερόμενα προϊόντα και υπηρεσίες του θα έχουν τα χαρακτηριστικά που επιθυμούν, σε χαμηλό κόστος.

Όπως αναφέρθηκε κάθε μέλος του Συνεταιρισμού διαθέτει μία ψήφο σε αντιδιαστολή με άλλες μορφές επιχειρήσεων στις οποίες, ο αριθμός ψήφων εξαρτάται από το ποσό του κεφαλαίου που έχει επενδυθεί.

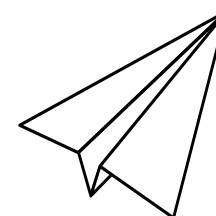
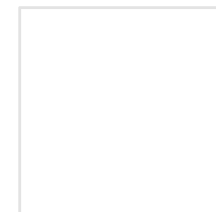
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ

Στους συνεταιρισμούς επιπλέον σε σχέση με άλλες μορφές επιχειρηματικής δραστηριότητας, τα αποτελέσματα του οικονομικού έτους των επιχειρήσεων στις οποίες συμμετέχουν, διανέμονται στα μέλη ανάλογα με το ύψος των συναλλαγών σε συνεταιριστικά προϊόντα, υπηρεσίες ή ακόμα και την εργασία που συνεισέφεραν, και όχι σύμφωνα με το κεφάλαιο που επένδυσαν για την δημιουργία της επιχείρησης.

Ταυτόχρονα, μέρος του ετήσιου πλεονάσματος τοποθετείται σε ένα κοινό ταμείο για την κάλυψη των κοινών αναγκών των μελών, δίνοντας έμφαση σε θέματα συνεχούς συνεταιριστικής εκπαίδευσης και συνεργασίας μεταξύ των συνεταιρισμών σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο, επιτυγχάνοντας τη δημιουργία οικονομικών κλίμακας.

ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΟΥ ΠΛΕΟΝΑΣΜΑΤΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΥ

Γενικά, η διανομή του συνεταιριστικού πλεονάσματος καθορίζεται από την ισχύουσα νομοθεσία. Το πλεόνασμα προσδιορίζεται κατά το κλείσιμο του φορολογικού έτους, ή όπως ορίζεται από τους νόμους. Ένα συνεταιριστικό πλεόνασμα δεν είναι το κέρδος με τη συνηθισμένη έννοια της λέξης. Όσο αφορά στο συνεταιρισμό, αν υπάρξει υπερτιμολόγηση κατά την αγορά αγαθού ή υπηρεσίας (πλεόνασμα) θεωρείται ότι πρέπει να επιστρέψει στα μέλη. Το πλεόνασμα κατανέμεται κατά τον ακόλουθο τρόπο.





ΕΛΑΧΙΣΤΕΣ ΑΠΟΥΣΕΣ

ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ
ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ
ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.

Γενικά, η διανομή του συνεταιριστικού πλεονάσματος καθορίζεται από την ισχύουσα νομοθεσία. Το πλεόνασμα προσδιορίζεται κατά το κλείσιμο του φορολογικού έτους, ή όπως ορίζεται από τους νόμους. Ένα συνεταιριστικό πλεόνασμα δεν είναι το κέρδος με τη συνηθισμένη έννοια της λέξης. Όσο αφορά στο συνεταιρισμό, αν υπάρξει υπερτιμολόγηση κατά την αγορά αγαθού ή υπηρεσίας (πλεόνασμα) θεωρείται ότι πρέπει να επιστρέψει στα μέλη. Το πλεόνασμα κατανέμεται κατά τον ακόλουθο τρόπο. Γενικά πρώτη προτεραιότητα είναι να πάει στο αποθεματικό ταμείο. Το αποθεματικό ταμείο αποσκοπεί στη σταθεροποίηση των συνεταιριστικών επιχειρήσεων και μπορεί να χρησιμοποιηθεί μόνο για επενδύσεις που επιτρέπονται από τον νόμο. Δεύτερη προτεραιότητα είναι να πάει για την εκπαίδευση και κατάρτιση. Τρίτη προτεραιότητα, για παράδειγμα, είναι ένα προαιρετικό αποθεματικό ταμείο, για την επέκταση της επιχείρησης όπως την αγορά οικοπέδων ή κατασκευή κτιρίων, ένα κοινοτικό ταμείο ανάπτυξης, καθώς και για κάθε άλλη αναγκαία επένδυση. Αφού όλα αυτά έχουν διατεθεί, το υπόλοιπο πλεόνασμα διατίθεται στα μέλη με τη μορφή τόκων από την επένδυσή τους και επιστροφές ανάλογα με το ύψος των συναλλαγών τους. Πάντως, ο τόκος του για το μεριδιακό κεφάλαιο δεν πρέπει να προσεγγίζει το ποσοστό απόδοσης μιας κεφαλαιακής επένδυσης.

Ο ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΤΟΣΟ ΚΑΛΑ ΟΣΟ ΜΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;

Ορισμένες μελέτες, συγκρίνοντας την απόδοση των συνεταιρισμών με παραδοσιακές επιχειρήσεις που λειτουργούν στον ίδιο οικονομικό τομέα, έχουν αποδείξει την υπεροχή τους με δύο τρόπους, ελάχιστες απουσίες μελών από την εργασία τους, καλύτερη ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών.

Αυτό είναι αποτέλεσμα των υψηλών κινήτρων των εργαζομένων. Γνωρίζουν ότι η επιχείρηση ανήκει σ' αυτούς. Γνωρίζουν ότι όσο καλύτερα αποτελέσματα έχει η εργασία τους, όσο μεγαλύτερο θα είναι το πλεόνασμα που θα παράγει η επιχείρηση στο τέλος του έτους, τόσο περισσότερο μπορούν να αυξήσουν το εισόδημά τους μέσω επιστροφών.

Το συνεταιριστικό μοντέλο είναι επίσης ιδιαίτερα καλά προσαρμοσμένο στις νέες μεθόδους συμμετοχικής διαχείρισης, που υιοθετούνται όλο και περισσότερο από τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να μεγιστοποιήσουν την απόδοση και την ποιότητα των υπηρεσιών προς τον πελάτη.

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Σε κάθε συνεταιρισμό, σύμφωνα με την πρώτη αρχή της "ανοιχτής πόρτας", κάθε άνθρωπος





ΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ ΜΕ ΟΣΟ ΤΟ ΔΥΝΑΤΟΝ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΑΡΧΩΝ.

μπορεί να ενταχθεί ως μέλος και να μοιράζεται τα οφέλη που προκύπτουν, χωρίς καμία διάκριση. Οι Συνεταιρισμοί, σύμφωνα με τους στόχους τους, επιδιώκουν να καλύψουν τις ανάγκες των μελών και όχι να κερδίσουν απεριόριστα κέρδη με την καταστροφή του περιβάλλοντος και αγνοώντας τη μοίρα της επόμενης γενιάς. Από τη φύση τους, οι συνεταιρισμοί ανήκουν στην επόμενη γενιά. Οι συνεταιρισμοί παρέχουν βιώσιμη ανάπτυξη σε όλους τους πολίτες, όπως προκύπτει από τις εκθέσεις της Διεθνούς Οργάνωσης Εργασίας (ILO) “Οι συνεταιρισμοί και οι στόχοι της Βιώσιμης ανάπτυξης” και της έκθεσης της ICA-CICOPA “Οι Συνεταιρισμοί ως οικοδόμοι της Βιώσιμης ανάπτυξης”.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

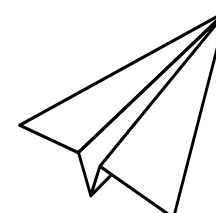
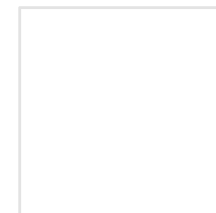
Είναι σημαντικό οι συνεταιριστικές αξίες και αρχές να εφαρμόζονται κατά την συγγραφή του επιχειρηματικού και στρατηγικού σχεδίου. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει την βιωσιμότητα και την ανάπτυξη μέσω της συνεχούς συνεταιριστικής εκπαίδευσης, την βελτίωση των μεθόδων του δημοκρατικού ελέγχου και της επαγγελματικής κατάρτισης, την διαχείριση συγκρούσεων και την συνεργασία μεταξύ συνεταιρισμών.

ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ

Είναι εφικτό η σύνταξη του καταστατικού, να πραγματοποιηθεί με όσο το δυνατόν περισσότερα στοιχεία των συνεταιριστικών αρχών. Οι περισσότεροι νόμοι συνεταιριστικής νομοθεσίας των ευρωπαϊκών κρατών μελών επιτρέπουν σε μεγάλο βαθμό την ενσωμάτωση των συνεταιριστικών αρχών στα καταστατικά τους. Ένας από τους στόχους του Διεθνούς Συνεταιριστικού κινήματος, όπως σημειώνεται στο σχέδιο για την Συνεταιριστική Δεκαετία, είναι η εναρμόνιση των εθνικών συνεταιριστικών νομοθεσιών με τις συνεταιριστικές αρχές, με την εισαγωγή ενός βασικού πυρήνα της συνεταιριστικής ταυτότητας για την αναγνώριση των πραγματικών συνεταιρισμών.

ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ

Οι επτά συνεταιριστικές αρχές είναι η καρδιά της συνεταιριστικής ταυτότητας. Το καταστατικό του συνεταιρισμού θα πρέπει να περιλαμβάνει όσο το δυνατόν περισσότερα στοιχεία των συνεταιριστικών αρχών, λαμβάνοντας υπόψη την εθνική νομοθεσία και την ιδιαίτερη φύση της επιχείρησης.





ΟΙ ΕΠΤΑ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΕΣ
ΑΡΧΕΣ

1η αρχή: ΕΘΕΛΟΝΤΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΝΟΙΧΤΗ ΕΝΤΑΞΗ

Οι Συνεταιρισμοί είναι εθελοντικές οργανώσεις, ανοιχτές σε όλα τα άτομα που μπορούν να χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες τους και είναι διατεθειμένοι να δεχθούν τις ευθύνες της ένταξης τους, χωρίς διάκριση φύλου, κοινωνική, φυλετική, πολιτικών ή θρησκευτικών πεποιθήσεων.

2η αρχή: ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΚΟΣ ΕΛΕΓΧΟΣ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ

Οι Συνεταιρισμοί είναι δημοκρατικές οργανώσεις που ελέγχονται από τα μέλη τους, τα οποία συμμετέχουν ενεργά στον καθορισμό των πολιτικών και τη λήψη των αποφάσεων. Άνδρες και γυναίκες που υπηρετούν ως εκλεγμένοι αντιπρόσωποι λογοδοτούν στα μέλη. Στους πρωτοβάθμιους συνεταιρισμούς τα μέλη έχουν ίσα δικαιώματα ψήφου (ένα μέλος, μία ψήφος) και οι συνεταιρισμοί ανωτέρων βαθμών, οργανώνονται επίσης με δημοκρατικό τρόπο.

3η αρχή: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΜΕΛΩΝ

Τα μέλη συμβάλλουν ισότιμα στο κεφάλαιο και το ελέγχουν δημοκρατικά. Τουλάχιστον ένα μέρος του εν λόγω κεφαλαίου συνήθως είναι η κοινή ιδιοκτησία του Συνεταιρισμού. Τα μέλη συνήθως λαμβάνουν περιορισμένη αποζημίωση, αν λαμβάνουν, για το κεφαλαίο που κατέβαλαν ως προϋπόθεση για την ένταξη τους. Τα μέλη διαθέτουν τα πλεονάσματα για καθέναν ή όλους τους παρακάτω λόγους: την ανάπτυξη του Συνεταιρισμού, ενδεχομένως με τη δημιουργία αποθεματικών, μέρος των οποίων τουλάχιστον θα είναι αδιαίρετα. Προς όφελος των μελών ανάλογα με τις συναλλαγές τους με τον Συνεταιρισμό. Την υποστήριξη άλλων δραστηριοτήτων που εεγκρίνονται από τα μέλη.

4η αρχή: ΑΥΤΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΑΝΕΞΑΡΤΗΣΙΑ

Οι συνεταιρισμοί είναι αυτόνομες οργανώσεις αυτο-βοήθειας που ελέγχονται από τα μέλη τους. Εφόσον συνάπτουν συμφωνίες με άλλες οργανώσεις, συμπεριλαμβανομένων και των κυβερνητικών, ή αντλούν κεφάλαια από εξωτερικές πηγές, το πράττουν με τρόπους που διασφαλίζουν τον δημοκρατικό έλεγχο από τα μέλη τους και την διατήρηση της αυτονομίας του Συνεταιρισμού.

5η αρχή: ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΚΑΙ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ

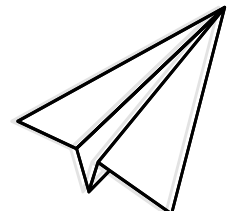
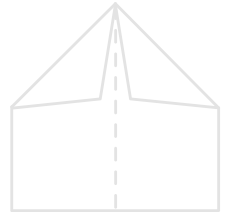
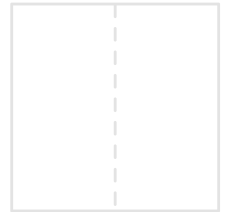
Οι συνεταιρισμοί παρέχουν εκπαίδευση και κατάρτιση για τα μέλη τους, τους εκλεγμένους εκπροσώπους, τους διευθυντές και τους εργαζόμενους ώστε να μπορούν να συμβάλουν αποτελεσματικά στην ανάπτυξη των συνεταιρισμών τους. Ενημερώνουν το κοινό - ιδιαίτερα τους νέους και τους διαμορφωτές της κοινής γνώμης - για τη φύση και τα οφέλη του «συνεταιρίζεσθαι».

6η αρχή: ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΜΩΝ

Οι συνεταιρισμοί εξυπηρετούν τα μέλη τους πιο αποτελεσματικά και ενισχύουν το συνεταιριστικό κίνημα εργαζόμενοι από κοινού μέσω τοπικών, εθνικών, περιφερειακών και διεθνών δομών.

7η αρχή: ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ

Οι συνεταιρισμοί εργάζονται για την βιώσιμη ανάπτυξη των κοινοτήτων τους μέσω πολιτικών που έχουν εγκριθεί από τα μέλη τους.





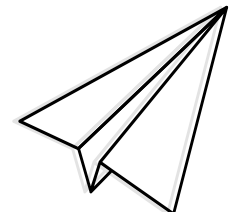
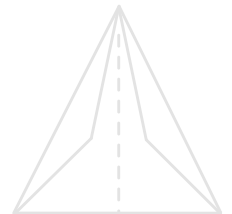
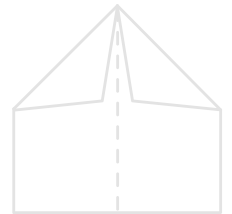
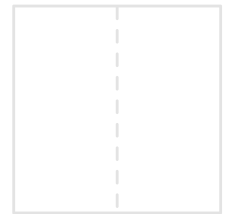
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3
TO CROWDFUNDING
EN ΣΥΝΤΟΜΙΑ

Το Crowdfunding έχει εδραιωθεί στις μέρες μας σαν μια πολύτιμη οικονομική εναλλακτική λύση για να μπορέσουν να γίνουν πράξη οι επιχειρηματικές ιδέες. Η άνοδος του crowdfunding, ιδιαίτερα κατά τη διάρκεια των τελευταίων οκτώ ετών, πρέπει να κατανοηθεί υπό το φως της τρέχουσας οικονομικής κρίσης και των προβλημάτων που σχετίζονται με τη χρηματοδότηση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ).

Η έλλειψη υποστήριξης χρηματοδότησης των ΜΜΕ ήταν, και εξακολουθεί να είναι ένας κακός παράγοντας για την οικονομία της Ευρώπης. Μία από τις ατυχείς συνέπειες της είναι η αύξηση των ποσοστών ανεργίας των νέων σε όλη την Ήπειρο. Η κακή οικονομική κατάσταση σε συνδυασμό με την αυξανόμενη ανάγκη, ιδίως μεταξύ των νέων να βρουν νέους τρόπους χρηματοδότησης των επιχειρηματικών τους σχεδίων, είναι ο λόγος για τον οποίο βιώνουμε σήμερα μια αύξηση του ενδιαφέροντος για τις οικονομικές προοπτικές του crowdfunding τόσο στις Ευρωπαϊκές όσο και για τις μη-Ευρωπαϊκές οικονομίες.

Γνωρίζοντας ότι η Ευρωπαϊκή οικονομία έχει ανάγκη από μια ισχυρή τονωτική ένεση, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ΕC) έχει κάνει, τα τελευταία χρόνια, πολλές δηλώσεις υψηλού επιπέδου για τη στήριξη του crowdfunding. Επιπλέον, η Ε.Ε. εγκαινίασε το 2013 μια διαβούλευση για να διερευνήσει την προστιθέμενη αξία μιας πιθανής δράσης της Ε.Ε. για το crowdfunding, φθάνοντας το 2014 σε δημόσια δήλωση σχετικά με crowdfunding η οποία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι το crowdfunding ήταν ζωτικής σημασίας για την ανάγκη ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας σε ολόκληρη την Ευρώπη. Επιπλέον, η Επιτροπή, μέσω του Σχεδίου Δράσης για την Επιχειρηματικότητα 2020 καλεί τα κράτη μέλη να «αξιολογήσουν την ανάγκη της τροποποίησης της ισχύουσας εθνικής νομοθεσίας, με στόχο την διευκόλυνση της ανάπτυξης νέων, εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις και Μ.Μ.Ε. γενικά, ιδίως όσον αφορά τις πλατφόρμες χρηματοδότησης μέσω του πλήθους " (Ευρωπαϊκή Επιτροπή - ΜΕΜΟ / 14/240 27/03/2014).

Ωστόσο, προς το παρόν η Ε.Κ. δεν έχει καταλήξει σε νομοθετικά μέτρα. Στην πρώτη θέση η Ε.Κ. σχεδιάζει να διερευνήσει περαιτέρω τις εξελίξεις στην αγορά γύρω από το crowdfunding





CROWDFUNDING

Σε γενικές γραμμές το crowdfunding ορίζεται ότι είναι μια κοινή εθελοντική προσπάθεια από ιδιώτες, ομάδες, επιχειρήσεις και οργανισμούς τόσο του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα να υποστηρίξουν ένα σκοπό, μια εταιρεία ή έναν οργανισμό. Το crowdfunding είναι ένας διαφανής τρόπος χρηματοδότησης επιχειρηματιών από μια κοινότητα μέσω μιας Internet διαδικτυακής πλατφόρμας. Διαφάνεια σημαίνει ότι οι άνθρωποι μπορούν να δουν ότι τα χρήματά τους πηγαίνουν σε καλά τεκμηριωμένα επιχειρηματικά σχέδια. Το πιο σημαντικό, ωστόσο, είναι ότι το crowdfunding δημιουργεί ευκαιρίες για τους περισσότερους ανθρώπους, οι οποίοι διαφορετικά δεν θα είχαν πρόσβαση στις παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης, για να γίνουν επιχειρηματίες μικρής κλίμακας.



και να αποκτήσει μια καλύτερη εικόνα για το πώς αυτή η μορφή χρηματοδότησης εντάσσεται στο ευρύτερο οικονομικό περιβάλλον. Οι δράσεις που προτείνονται στην ανακοίνωση για το Crowdfunding στην Ευρωπαϊκή Ένωση (MEMO / 14/240 27/03/2014) αποσκοπούν στην αντιμετώπιση αυτών των θεμάτων, ώστε να αξιοποιηθούν πλήρως οι δυνατότητες του crowdfunding στην Ε.Ε.. Μεταξύ των δράσεων που προτείνει η Επιτροπή είναι η δημιουργία μιας ομάδας εμπειρογνομόνων - Ευρωπαϊκό Φόρουμ Ενδιαφερομένων για το Crowdfunding - που θα συμβουλεύει την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε θέματα που αφορούν το crowdfunding και την οικονομική στήριξη που παρέχει σε νεοσύστατες επιχειρήσεις και την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη. Επιπλέον, η Επιτροπή προτίθεται να προχωρήσει σε εθνικά εργαστήρια για να συζητηθούν τα εμπόδια για τη σύγκλιση των εθνικών νομοθεσιών σχετικά με τα μοντέλα οικονομικής απόδοσης και, κατά περίπτωση, έκδοση συστάσεων για να ενθαρρύνει τα κράτη μέλη να αποφευχθούν ασυνέπειες μεταξύ των εθνικών προσεγγίσεων.

Σχετικά με την Επιτροπή, οι διάφοροι εθνικοί πολιτικοί, υπουργοί και οι δημόσιοι υπάλληλοι κατέληξαν σε συμπέρασμα για το τί μπορεί να κάνει το crowdfunding για την οικονομία και είναι σημαντικό να επισημανθούν οι πολλές δυνατότητες και πόροι που δίνονται σε εκκολαπτόμενες και νεοσύστατες επιχειρήσεις. Στο κείμενο που ακολουθεί παρατίθενται ορισμένα ερωτήματα σχετικά με το crowdfunding και πώς μπορεί να σας βοηθήσει να πραγματοποιήσει το όνειρό της επιχείρησής σας..

ΣΥΧΝΕΣ ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ CROWDFUNDING



ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΤΟ CROWDFUNDING ΚΑΙ ΠΩΣ ΜΠΟΡΕΙΤΕ ΝΑ ΤΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ;

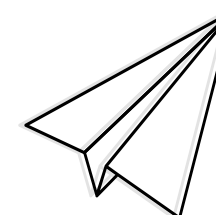
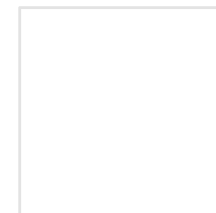
Σε γενικές γραμμές το crowdfunding ορίζεται ότι είναι μια κοινή εθελοντική προσπάθεια από ιδιώτες, ομάδες, επιχειρήσεις και οργανισμούς τόσο του δημόσιου όσο και του ιδιωτικού τομέα να υποστηρίξουν ένα σκοπό, μια εταιρεία ή έναν οργανισμό. Το crowdfunding είναι ένας διαφανής τρόπος χρηματοδότησης επιχειρηματιών από μια κοινότητα μέσω μιας Internet διαδικτυακής πλατφόρμας. Διαφάνεια σημαίνει ότι οι άνθρωποι μπορούν να δουν ότι τα χρήματά τους πηγαίνουν σε καλά τεκμηριωμένα επιχειρηματικά σχέδια. Το πιο σημαντικό, ωστόσο, είναι ότι το crowdfunding δημιουργεί ευκαιρίες για τους περισσότερους ανθρώπους, οι οποίοι διαφορετικά δεν θα είχαν πρόσβαση στις παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης, για να γίνουν επιχειρηματίες μικρής κλίμακας.

ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΠΑΡΩ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΝΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΕΣΩ CROWDFUNDING;

Το crowdfunding μπορεί να χρησιμοποιηθεί από άτομα όλων των ηλικιών, εφ' όσον έχουν μια βιώσιμη επιχειρηματική ιδέα. Επιχειρηματικές ιδέες μπορεί να είναι οτιδήποτε: από την έναρξη λειτουργίας ενός νηπιαγωγείου, μιας καφετέριας, ενός καταστήματος ποδηλάτων, την έναρξη λειτουργίας συνεταιρισμών λιανικής που πωλούν οτιδήποτε, από ρούχα μέχρι τρόφιμα ή συνεταιριστικά ερευνητικά έργα, εταιρίες πληροφορικής ή ακόμα και τέχνης, κινηματογράφου ή μουσικών έργων. Ο ουρανός είναι το όριο!

Το πιο αξιοσημείωτο στοιχείο, ωστόσο, είναι ότι το crowdfunding μπορεί να μετατρέψει την επιχειρηματική ιδέα σας σε μια πραγματική συνεταιριστική επιχείρηση! Το Crowdfunding προσφέρει μοναδική υποστήριξη για τους αγροτικούς συνεταιρισμούς και άλλων επιχειρήσεων σε πολλά επίπεδα. Καμία άλλη μορφή επένδυσης δεν μπορεί να προσφέρει ταυτόχρονα και τα οφέλη της έρευνας αγοράς, την προώθηση «στόμα με στόμα» χωρίς επιπλέον κόστος.

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΣΗΜΕΙΑ ΜΙΑΣ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ CROWDFUNDING;



Κατ' αρχάς, πρέπει να πιστέψετε στην δική σας επιχειρηματική ιδέα. Διότι αν δεν το κάνετε εσείς, ούτε ο κόσμος δεν θα το κάνει! Για αρχή, μαθαίνοντας από άλλες εκστρατείες. Κοιτάξτε προσεκτικά τι άλλες επιτυχημένες, καθώς και ανεπιτυχείς εκστρατείες έχουν γίνει. Μπορείτε να βρείτε ένα κοινό σημείο που θα σας βοηθήσει να καταλάβετε πώς να βελτιώσετε την καμπάνια σας και να μειώσετε έτσι την αποτυχία. Και θα το κάνετε με κάποια καλή, υγιή έρευνα σχετικά με την επιχείρηση που θέλετε να αναπτύξετε.

ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΔΙΑΔΩΣΩ ΤΗΝ ΙΔΕΑ ΜΟΥ;

Το να πάρεις κονδύλια από το πλήθος, ακριβώς όπως το να πάρεις χρήματα από οποιαδήποτε άλλη πηγή απαιτεί ένα συγκεκριμένο σύνολο δεξιοτήτων. Κάντε ένα σύντομο και ενδιαφέρον μικρής διάρκειας βίντεο. Εάν είστε ντροπαλοί μπροστά στην κάμερα, να θυμάστε ότι τα έργα με συστατικό ένα βίντεο, έχουν 50% περισσότερες πιθανότητες να πετύχουν απ' ό,τι εκείνα που δεν έχουν. Ένα σύντομο βίντεο θα σας βοηθήσει να επικοινωνήσετε την ιδέα σας, να δείξετε ποιιο βρίσκονται πίσω από αυτό το έργο και αν έχετε κάτι πρωτότυπο, κάποιο σχέδιο, ή οτιδήποτε ενισχύει την ιδέα σας, δείξτε το!

Το να ανακοινώστε στο πλήθος ότι έχετε ένα βιώσιμο σχέδιο και ότι εσείς ή η ομάδα σας πιστεύετε σε αυτό που κάνετε, δεν είναι αγένεια. Συναντήστε τους ανθρώπους που πρόκειται να δώσουν τα χρήματά τους γι' αυτό το σκοπό. Ορισμένοι καθοριστικοί παράγοντες για επιτυχία ή τη αποτυχία μπορεί να είναι η ικανότητά σας να αγωνιστείτε εντατικά για αυτό. Και δεν πρέπει να φοβάστε να προβάλετε το σχέδιό σας ιδέα σας αν πιστεύετε ότι έχετε μια πραγματικά καλή επιχειρηματική ιδέα! «Η εσωστρέφεια» δεν είναι η κατάλληλη λέξη για το crowdfunding! Γι' αυτό μην φοβάστε να είστε παθιασμένοι και τολμηροί για την ιδέα σας.

ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΚΕΡΔΙΣΩ ΤΟ ΠΛΗΘΟΣ;

Όπως λέει και το όνομά του, το crowdfunding αφορά συνολικά το πλήθος. Μπορεί να φαίνεται απλό, αλλά δεν είναι. Ούτε είναι επιστήμη για πυραύλους, όμως.

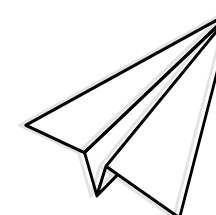
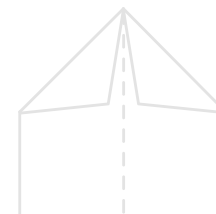
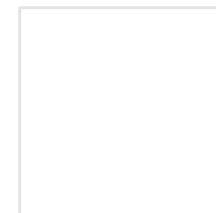
Πρώτα απ' όλα, να εντοπίσετε το κοινό σας. Μήπως το εμπορικό σας σήμα αφορά ένα κοινό που ζει σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή ή σε μια συγκεκριμένη κοινότητα; Έχετε προσανατολισμένο εμπορικό σήμα π.χ. στην ηλικία, το φύλο;

Τι περισσότερο δίνει ο κόσμος στο επιχειρηματικό σας σχέδιο από την έρευνα αγοράς, τα σχόλια, την απόδειξη του ενδιαφέροντος και την εξαιρετικά πολύτιμη πρόσβαση στα δίκτυα; Εκτός αυτού, οι crowdfunders καταρχάς υποκινήθηκαν από τα συναισθήματά τους και το προσωπικό ενδιαφέρον για ένα έργο, για το οποίο αναζητούν κεφάλαια. Η συναισθηματική δέσμευσή τους σχετίζεται μεταξύ άλλων με τις τοπικές ανάγκες, τις ιδιωτικές προτιμήσεις, ή τις αξίες της ετικέτας (της μάρκας) που έχουν δώσει στο έργο. Η έρευνα δείχνει ότι οι πιθανότητες για την επίτευξη εκστρατειών με επιτυχία στους στόχους τους είναι δέκα φορές υψηλότερη από τη στιγμή που έχουν φθάσει περίπου το ήμισυ της χρηματοδότησης του στόχου τους. Αυτό σημαίνει ότι είναι σημαντικό για το έργο σας να κρατήσετε τη συμμετοχή και την επικοινωνία με το κοινό σας, τουλάχιστον σε εβδομαδιαία βάση. Μην ξεχάσετε να ενθαρρύνετε τους φίλους, την οικογένεια και άλλους βασικούς υποστηρικτές να προσφέρουν βοήθεια τις πρώτες ημέρες της καμπάνιας σας. Μάθετε πώς μπορείτε να δημιουργήσετε αυτή τη δυναμική. Αυτό θα βοηθήσει να πείσετε τους πιθανούς νέους υποστηρικτές για την αυξημένη πιθανότητα επιτυχίας της καμπάνιας σας.

Και να θυμάστε, ο κόσμος μπορεί να είναι απόλυτα ειλικρινής όταν ψηφίζει με το πορτοφόλι του.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ - ΠΟΣΑ ΧΡΗΜΑΤΑ ΘΑ ΧΡΕΙΑΣΤΩ;

Προτού να σκεφτείτε για την έναρξη μιας εκστρατείας crowdfunding, βεβαιωθείτε ότι έχετε συντάξει έναν ρεαλιστικό προϋπολογισμό. Πριν ακόμα ξεκινήσετε την καμπάνια σας, σε αυτό που προσπαθείτε να επιτύχετε να είστε σαφής για το πώς θα χρησιμοποιηθούν τα χρήματα που θα συγκεντρώσετε. Θα χρειαστεί να λάβετε υπόψη το σύνολο των δαπανών που συνδέονται με το έργο του crowdfunding σας, όπως την πληρωμή προμήθειας για την πλατφόρμα, τα έξοδα αποστολής για ανταμοιβές, ενδεχόμενες φορολογικές επιπτώσεις και το κόστος κατασκευής ενός βίντεο. Το μεγαλύτερο λάθος που κάνουν οι νέοι crowdfunders είναι πως δεν ζητάνε πάρα πολλά χρήματα, αλλά θα πρέπει να ζητάνε αυτά που πραγματικά χρειάζονται για να καλύψουν τα έξοδα εκκίνησης της ιδέα τους για να επιτύχει ώστε να είναι συνεπείς στους χρηματοδότες τους.

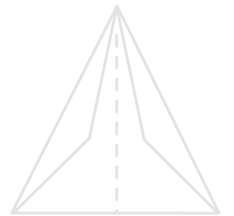
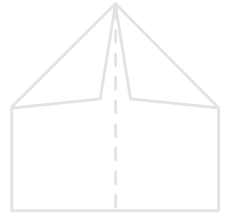


Η ΔΙΑΔΟΣΗ - ΠΩΣ ΜΠΟΡΩ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΩ ΤΑ SOCIAL MEDIA ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΜΠΑΝΙΑΣ ΜΟΥ;

Το Crowdfunding και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι αδέρφια, με άλλα λόγια αχώριστοι. Τα κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης και η απευθείας σύνδεση μέσω των δικτύων είναι ζωτικής σημασίας για το έργο σας. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να είστε συνειδητοποιημένοι στη δημιουργία μιας κοινωνικής εκστρατεία των μέσων ενημέρωσης. Είναι το μεγαλύτερο μέρος της πραγματικής κίνησης στην αγορά και την οικοδόμηση ενός κινήματος γύρω από τις δράσεις που πραγματοποιούνται εκτός της πλατφόρμας. Ως εκ τούτου, είναι σημαντικό να βρεθούν πιθανοί ενδιαφερόμενοι χρηματοδότες πολύ πριν να ξεκινήσετε την καμπάνια σας. Εκτός από τα κοινωνικά μέσα ενημέρωσης όπως το Facebook, το Twitter και το LinkedIn, μπορείτε να χρησιμοποιήσετε out mail, blogs ή ακόμη και σποτ για να σας βοηθήσουν να εξαπλώσετε την ιδέα και να επικοινωνήσετε την καμπάνια σας σε χιλιάδες οπαδούς και αναγνώστες. Να μην είστε διστακτικοί να καλέσετε τους φίλους σας, τις οικογένειες και τους οπαδούς σας για να δώσουν ώθηση στην καμπάνια σας.

Θυμηθείτε! Τα κοινωνικά μέσα μαζικής ενημέρωσης καθώς και τα out mail και blogs, δεν είναι απλά ένας τρόπος για να προωθήσετε την ιδέα σας. Μπορούν επίσης να βοηθήσουν να διευκολυνθεί η αμφίδρομη επικοινωνία ανάμεσα σε εσάς και το κοινό. Έτσι, κάντε ενημερώσεις σχετικά με την πρόοδο, προσθέστε χαρακτηριστικά και κάντε παρατηρήσεις και δώστε ανατροφοδότηση. Ποτέ μην αφήσετε τους φίλους και τους οπαδούς σας να περιμένουν απαντήσεις για τα ερωτήματά τους. Και μην ξεχνάτε να ευχαριστήσετε τους υποστηρικτές σας για την υποστήριξή τους και τα σχόλιά τους. Ας το θέσουμε σωστά, είναι η σανίδα σωτηρίας του έργου σας!

Τέλος, να έχετε κατά νου ότι, ανεξάρτητα από το γεγονός ότι το crowdfunding προωθείτε ευρέως από τα μέσα ενημέρωσης ως μια ιστορία επιτυχίας, περισσότερες από το ήμισυ του συνόλου των crowdfunding καμπανιών αποτυγχάνουν να φτάσουν στη χρηματοδότηση του στόχου τους. Ακόμα κι αν δεν μπορείτε να φτάσετε τον αρχικό στόχο χρηματοδότησή σας, δεν θα πρέπει να ξεχνάτε την αξία της χρήσης του crowdfunding για τη δοκιμή ενός προϊόντος ή μιας ιδέας στην αγορά και ως ενός τρόπου εμπλοκής σε ένα νέο τρόπο έκφρασης.



ΕΡΓΟ COOPSTARTER

Οκτώ εταίροι από όλη την Ευρώπη έχουν δημιουργήσει το έργο CoopStarter προκειμένου να γίνει γνωστό το συνεταιριστικό επιχειρηματικό μοντέλο στις νεότερες γενιές, και να πορευτούν μαζί με τους ανθρώπους που επιθυμούν να συστήσουν μια συνεταιριστική επιχείρηση κατά τη φάση εκκίνησής της. Με το έργο αυτό, θέλουμε να ενθαρρύνουμε και να εμπνεύσουμε τους νέους επιχειρηματίες να διεξάγουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες, και να τους παρέχουμε τα εργαλεία για να τις καταστήσουν επιτυχείς.

Οι εταίροι του έργου είναι CoopStarter: Kooperationen (Δανία), Συνεταιρισμοί Ευρώπης (Βέλγιο), Febecoop (Βέλγιο), NABCO (Ιρλανδία), Coompanion (Σουηδία), Δίκτυο Κ.Α.Π.Α. (Ελλάδα), Legacoop Λιγουρία και Confcooperative / Irecoop Εμίλια-Ρομάνια (Ιταλία).

Η αναπαραγωγή επιτρέπεται, υπό τον όρο ότι γίνεται κατάλληλη αναφορά στην πηγή.
Το έργο χρηματοδοτήθηκε από το Πρόγραμμα Grundtvig - Πρόγραμμα Διά Βίου Μάθησης (2013-2015)



Τελευταία Ενημέρωση: Σεπτέμβριος 2017

