



Η πρωτοβουλία «Small Business Act» (SBA) αποτελεί ορόσημο στην πολιτική της ΕΕ για τις ΜΜΕ· περιλαμβάνει δέκα αρχές για την εκπόνηση και την εφαρμογή πολιτικών στην Ευρωπαϊκή Ένωση και στα κράτη μέλη της. Οι αρχές αυτές αποτελούν τον πυρήνα των ενημερωτικών δελτίων (fact sheets). Στο πρώτο μέρος κάθε δελτίου σκιαγραφείται η σημασία και η διάρθρωση των ΜΜΕ στη χώρα. Στο δεύτερο και το τρίτο μέρος αναλύεται, για κάθε μία από τις αρχές της πρωτοβουλίας SBA, η θέση της χώρας σε σύγκριση με τον μέσο όρο της ΕΕ, στο τέταρτο μέρος παρουσιάζεται μια γενική επισκόπηση των εξελίξεων στις πολιτικές βάσει των δέκα αυτών αρχών, ενώ στο πέμπτο μέρος δίνεται ένα παράδειγμα ορθής πρακτικής.

Τα ενημερωτικά δελτία χώρας συμβάλλουν στην παρακολούθηση της εφαρμογής της πρωτοβουλίας SBA σε εθνικό επίπεδο. Ωστόσο, δεν αποτελούν αυτοδύναμα έγγραφα. Δεν αποτελούν πλήρη αξιολόγηση των πολιτικών των κρατών μελών και θα πρέπει να **συμπληρώνουν**, και όχι να **αντικαθιστούν**, τις διαθέσιμες εθνικές δημοσιεύσεις. Πριν διαβάσετε το δελτίο, ανατρέξτε στη μεθοδολογική σημείωση.

Πληροφορίες για τις επιδόσεις των χωρών που περιλαμβάνονται σε αυτή τη διαδικασία, καθώς και τα ενημερωτικά σημειώματα όλων των χωρών μπορείτε να τα βρείτε στο:

[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/index_en.htm)

## 1. Οι ΜΜΕ στην Κύπρο – βασικά αριθμητικά στοιχεία

ΜΜΕ στην Κύπρο: βασικά αριθμητικά στοιχεία, εμπορικός τομέας πλην των χρηματοπιστωτικών δραστηριοτήτων εκτιμήσεις 2008<sup>1</sup>

	Επιχειρήσεις			Απασχόληση			Προστιθέμενη αξία		
	Κύπρος		ΕΕ των 27	Κύπρος		ΕΕ των 27	Κύπρος		ΕΕ των 27
	Αριθμός	Ποσοστό	Ποσοστό	Αριθμός	Ποσοστό	Ποσοστό	Δισ. €	Ποσοστό	Ποσοστό
Πολύ μικρές	420 207	92,0%	91,8%	91 021	39,0%	29,7%	3	31,3%	21,0%
Μικρές	3 149	6,9%	6,9%	58 104	24,9%	20,7%	2	26,0%	18,9%
Μεσαίες	456	1,0%	1,1%	45 784	19,6%	17,0%	2	21,7%	18,0%
<b>ΜΜΕ</b>	<b>45 812</b>	<b>99,8%</b>	<b>99,8%</b>	<b>194 909</b>	<b>83,5%</b>	<b>67,4%</b>	<b>7</b>	<b>79,1%</b>	<b>57,9%</b>
Μεγάλες	65	0,2%	0,2%	38 467	16,5%	32,6%	2	20,9%	42,1%
Σύνολο	<b>45 877</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>233 376</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>9</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Τα στοιχεία αφορούν τον εμπορικό τομέα πλην των χρηματοπιστωτικών δραστηριοτήτων (NACE C -I, K).

Οι εκτιμήσεις εκπονήθηκαν από την EIM Business & Policy Research, με βάση τα στοιχεία στατιστικών διάρθρωσης των επιχειρήσεων (ΣΔΕ) της Eurostat για το έτος 2006.

Ο τομέας των ΜΜΕ<sup>1</sup> στην Κύπρο έχει μικρής κλίμακας δομή παρόμοια με τον μέσο όρο της ΕΕ: τα ποσοστά των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων βρίσκονται σε αντίστοιχα επίπεδα με τους ευρωπαϊκούς μέσους όρους.

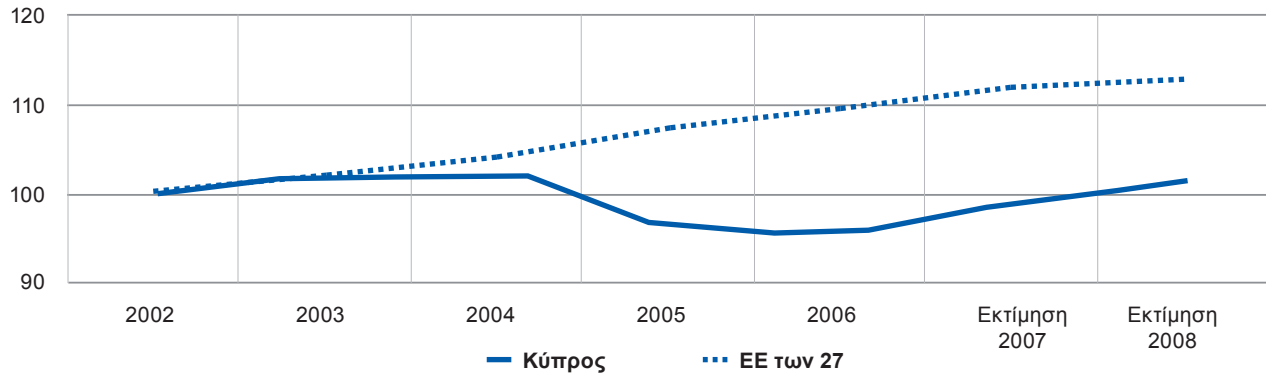
Η συμβολή των κυπριακών ΜΜΕ στη συνολική οικονομία, σε σύγκριση με αυτή των μεγάλων επιχειρήσεων, είναι ωστόσο – για τα δεδομένα της ΕΕ – σημαντικά μεγαλύτερη.

Ειδικότερα, η συμβολή των πολύ μικρών επιχειρήσεων στην απασχόληση είναι υψηλότερη στην Κύπρο (39%) σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (30%). Κατά συνέπεια, η συμβολή του συνολικού τομέα των ΜΜΕ στην απασχόληση είναι υψηλότερη στην Κύπρο (84%) από τον μέσο όρο της ΕΕ (67%).

<sup>1</sup> Τα αριθμητικά στοιχεία στον πίνακα, τα οποία καλύπτουν δεδομένα σε εθνικό επίπεδο καθώς και συνολικά αποτελέσματα για την ΕΕ των 27, προέρχονται από τα στοιχεία ΣΔΕ της Eurostat για το έτος 2006, ακολουθώντας μια μεθοδολογία εκτίμησης και διάρθρωσης που αναπτύχθηκε από την EIM Business and Policy Research. Για περισσότερες λεπτομέρειες, ανατρέξτε στο μεθοδολογικό σημείωμα που συνοδεύει το ενημερωτικό δελτίο. Το πλεονέκτημα από τη χρήση δεδομένων της Eurostat είναι ότι τα στατιστικά στοιχεία διαφορετικών χωρών είναι εναρμονισμένα και συγκρίσιμα μεταξύ τους. Το μειονέκτημα είναι ότι, για ορισμένες χώρες, τα δεδομένα αυτά διαφέρουν από εκείνα που δημοσιεύουν οι εθνικές αρχές.

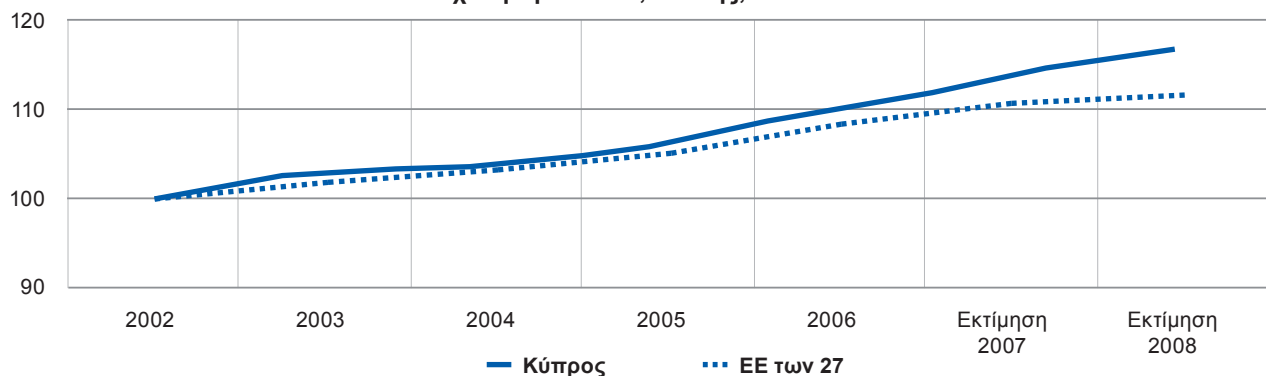


### Αριθμός ΜΜΕ, δείκτης, 2002 = 100



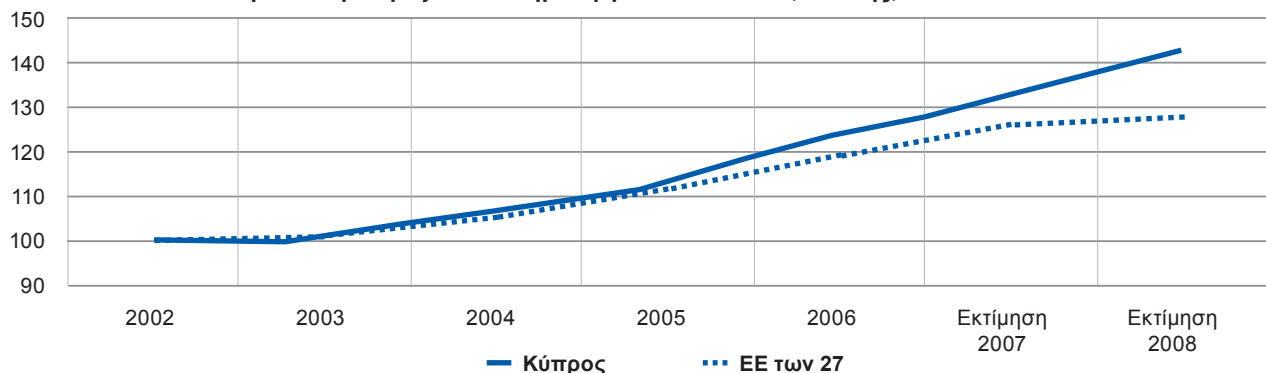
Από το 2002 έως το 2008, ο αριθμός των ΜΜΕ αυξήθηκε κατά 1%, σχετικά χαμηλό ποσοστό σε σύγκριση με τη μέση αύξηση στην ΕΕ (13%). Η καθαρή αύξηση του αριθμού των πολύ μικρών επιχειρήσεων μάλιστα μειώθηκε κατά 1%, ενώ η αύξηση του αριθμού τόσο των μικρών όσο και των μεσαίων επιχειρήσεων ήταν μεγαλύτερη από τους μέσους όρους της ΕΕ.

### Απασχόληση σε ΜΜΕ, δείκτης, 2002 = 100



Την περίοδο 2002-2008, η απασχόληση στις κυπριακές ΜΜΕ αυξήθηκε κατά 17% περισσότερο σε σχέση με το μέσο όρο της ΕΕ (12%). Η απασχόληση αυξήθηκε ιδιαίτερα στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Αν και ο αριθμός των πολύ μικρών επιχειρήσεων μειώθηκε κατά 1%, η απασχόληση σε αυτή την ομάδα επιχειρήσεων αυξήθηκε κατά 9%. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι, κατά την περίοδο αυτή, λήφθηκαν μια σειρά από μέτρα προώθησης της απασχόλησης και βελτίωσης των επαγγελματικών προσόντων, συμπεριλαμβανομένων προγραμμάτων επιδότησης μισθού για τους αποφοίτους πανεπιστημίου και οικονομικής ενίσχυσης για ειδικά προγράμματα κατάρτισης εργαζομένων.

### Προστιθέμενη αξία που δημιουργείται από ΜΜΕ, δείκτης, 2002 = 100



Η προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ αυξήθηκε σχεδόν σταθερά κατά 43%, πολύ πάνω από τον μέσο όρο αύξησης της ΕΕ (28%).



## 2. Η εφαρμογή των βασικών στοιχείων της SBA στην Κύπρο

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται οι διάφορες αρχές της SBA, συγκρίνοντας τα αριθμητικά στοιχεία της Κύπρου με τον μέσο όρο της Ευρώπης των 27. Στην ανάλυση γίνεται διάκριση μεταξύ δύο τύπων δεικτών: εκείνων που χρησιμοποιήθηκαν για τον υπολογισμό βαθμολογίας για καθεμία από τις αρχές της SBA και ορισμένων δεικτών που παρέχουν μεν ενδιαφέρουσες πληροφορίες αλλά δεν καλύπτουν αρκετές χώρες ώστε να συμπεριληφθούν στον εν λόγω υπολογισμό. Όπως απεικονίζεται στο διάγραμμα, οι μέσοι όροι των χωρών είναι διαθέσιμοι για τους ακόλουθους δύο τομείς: ενιαία αγορά, και δεξιότητες και καινοτομία. Και στους δύο τομείς, οι μέσοι όροι επιδόσεων της Κύπρου είναι αντίστοιχοι με τον μέσο όρο της ΕΕ. Για μια σύντομη μεθοδολογική περιγραφή, ανατρέξτε στο παράρτημα.



### I. Επιχειρηματικότητα

Οι διαθέσιμοι δείκτες είναι λίγοι και δεν επιτρέπουν τη διαμόρφωση μιας συνεκτικής εικόνας: το ποσοστό αυτών που ίδρυσαν μια επιχείρηση η οποία εξακολουθεί να λειτουργεί ή που βρίσκονται στο στάδιο ίδρυσης επιχείρησης («ποσοστό επιχειρηματικότητας»), καθώς και ο βαθμός στον οποίο η σχολική εκπαίδευση συνέβαλε στην ανάπτυξη επιχειρηματικής νοοτροπίας, υπερβαίνουν τους αντίστοιχους μέσους όρους της ΕΕ, ενώ το «ποσοστό συμμετοχής στην επιχειρηματική εκπαίδευση» είναι αντίστοιχο με τον μέσο όρο της ΕΕ, και ο αριθμός επιχειρήσεων που ιδρύθηκαν επειδή προέκυψε κάποια επιχειρηματική ευκαιρία είναι μικρότερος του μέσου όρου της ΕΕ.

### II. Δεύτερη ευκαιρία

Ένα σχετικά υψηλό ποσοστό κύπριων πολιτών συμφωνεί ότι οι επιχειρηματίες που απέτυχαν θα πρέπει να έχουν μια δεύτερη ευκαιρία να ξεκινήσουν μια καινούρια επιχείρηση («Βαθμός υποστήριξης για την παροχή δεύτερης ευκαιρίας»). Ως εκ τούτου, ο δείκτης αυτός, ο μοναδικός διαθέσιμος για την Κύπρο, υπερβαίνει τον μέσο όρο της ΕΕ των 27.

### III. Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις

Δύο από τους τρεις δείκτες στην παρούσα ενότητα υπερβαίνουν τον μέσο όρο της ΕΕ: Ο «χρόνος που απαιτείται για τη συμμόρφωση με τις διοικητικές υποχρεώσεις» και τα «προβλήματα με τους διοικητικούς κανονισμούς». Ο τελευταίος δείχνει ότι, στην πραγματικότητα, το ποσοστό των μη ικανοποιημένων ΜΜΕ ανέρχεται σε 16,5%, δηλαδή ακριβώς το μισό του αντίστοιχου μέσου όρου της ΕΕ (33%). Το ποσοστό των ΜΜΕ που αναφέρουν ότι οι κρατικοί κανονισμοί είναι κατάλληλοι («ποσοστό μεταξύ των ΜΜΕ υποστήριξης των ισχυόντων κανονισμών») είναι αντίστοιχο με τον μέσο όρο της ΕΕ.

### IV. Αναπόκριση της δημόσιας διοίκησης

Οι διαθέσιμες υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης στο Διαδίκτυο είναι ο μοναδικός διαθέσιμος δείκτης για την Κύπρο, ο οποίος υπολείπεται του μέσου όρου της ΕΕ των 27 (είναι δυνατή η ηλεκτρονική διαχείριση μόλις του 45% των 20 πλέον συναφών διοικητικών υπηρεσιών σε σύγκριση με τον μέσο όρο της ΕΕ που αγγίζει το 60%).

### V. Δημόσιες συμβάσεις και κρατικές ενισχύσεις

Το ποσοστό των συνολικών κρατικών ενισχύσεων που απευθύνονται σε ΜΜΕ είναι αντίστοιχο με τον μέσο όρο της ΕΕ των 27.

### VI. Χρηματοοικονομικά

Λόγω της έλλειψης στοιχείων, δεν κατέστη δυνατό να υπολογιστεί βαθμολογία για την Κύπρο σχετικά με αυτή την αρχή της SBA. Οι λίγοι διαθέσιμοι επιμέρους δείκτες για την Κύπρο υπολείπονται όλοι των αντίστοιχων μέσων όρων της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένης της «μέσης καθυστέρησης στις πληρωμές», καθώς και στις καταβολές των προβλεπόμενων κονδυλίων των διαρθρωτικών ταμείων που προορίζονται για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και των ΜΜΕ την περίοδο 2007-2013 (ως % των συνολικών χορηγούμενων κονδυλίων).



## VII. Ενιαία αγορά

Συνολικά, η διαθέσιμη βαθμολογία για αυτή την αρχή της SBA τοποθετεί την Κύπρο στο επίπεδο του μέσου όρου της ΕΕ των 27. Αυτό ισχύει επίσης για όλους τους επιμέρους δείκτες (μερίδιο εισαγωγών από την ΕΕ στις συνολικές εισαγωγές, μερίδιο εξαγωγών στην ΕΕ στις συνολικές εξαγωγές, καθώς και μέση καθυστέρηση μεταφοράς σε μήνες για καθυστερημένες οδηγίες της ΕΕ). Μόνο ο δείκτης που μετρά την αποτελεσματικότητα ως προς τη μεταφορά ή κοινοποίηση των οδηγιών που αφορούν την ενιαία αγορά υπολείπεται του μέσου όρου της ΕΕ των 27.

## VIII. Δεξιότητες και καινοτομία

Συνολικά, τα διαθέσιμα αριθμητικά στοιχεία για αυτή την αρχή της SBA τοποθετούν την Κύπρο στο επίπεδο του μέσου όρου της ΕΕ των 27, λόγω του γεγονότος ότι και η συντριπτική πλειονότητα των επιμέρους δεικτών είναι αντίστοιχοι με τους μέσους όρους της ΕΕ. Ωστόσο, υπάρχουν και εξαιρέσεις σε αυτό τον κανόνα. Η πιο χαρακτηριστική εξαίρεση είναι το ποσοστό 26% των καινοτόμων ΜΜΕ που συνεργάζονται με άλλες, έναντι 12% στην ΕΕ κατά μέσο όρο. Συνεπώς, ο δείκτης αυτός υπερβαίνει κατά πολύ τον μέσο όρο της ΕΕ. Ωστόσο, μια σειρά από άλλους δείκτες σχετικούς με την καινοτομία και την πληροφορική υπολείπονται του μέσου όρου της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένου του ποσοστού επιχειρήσεων που πραγματοποιούν ηλεκτρονικές αγορές και λαμβάνουν ηλεκτρονικές παραγγελίες (και οι δύο δείκτες είναι χαμηλότεροι από τον μέσο όρο της ΕΕ των 27), καθώς και του ποσοστού των ΜΜΕ που παρουσιάζουν νέα προϊόντα, έσοδα από νέα προϊόντα ή μέρος του κύκλου εργασιών που οφείλεται σε νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες.

Στον τομέα των δεξιοτήτων, η εικόνα είναι αμφιλεγόμενη, καθώς το ποσοστό των ΜΜΕ που χρησιμοποιούν εφαρμογές ηλεκτρονικής μάθησης για την εκπαίδευση και κατάρτιση εργαζομένων βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με τον μέσο όρο της ΕΕ των 27, ενώ το ποσοστό του προσωπικού των ΜΜΕ που κατέχει πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι χαμηλότερο από τον μέσο όρο της ΕΕ των 27.

## IX. Περιβάλλον

Οι δύο διαθέσιμοι δείκτες στον τομέα αυτό δεν δίνουν μια συνεκτική εικόνα: το ποσοστό των ΜΜΕ που διαθέτουν πλήρη συστήματα ενεργειακής απόδοσης βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με τον μέσο όρο της ΕΕ, ενώ το ποσοστό των ΜΜΕ που εφαρμόζουν στοιχειώδη μέτρα εξοικονόμησης ενέργειας είναι χαμηλότερο του μέσου όρου.

## X. Διεθνοποίηση

Λόγω της έλλειψης στοιχείων, δεν κατέστη δυνατό να υπολογιστεί βαθμολογία για την Κύπρο σχετικά με αυτή την αρχή της SBA. Οι μοναδικοί διαθέσιμοι δείκτες για την Κύπρο προέρχονται από μια μεμονωμένη έρευνα με αντικείμενο τις επιχειρήσεις σε όλη την ΕΕ, η οποία διενεργήθηκε στο πλαίσιο μελέτης της ΓΔ Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας το 2009 και βασίζεται σε περιορισμένο δείγμα: Συνεπώς, τα εν λόγω ευρήματα μπορεί να μην είναι απολύτως αντιπροσωπευτικά και παρατίθενται μόνο για την παροχή ορισμένων ενδεικτικών αριθμητικών στοιχείων: Κατά προσέγγιση, 67% των κυπριακών ΜΜΕ είχαν ίδιες εισαγωγές κατά την περίοδο 2006-2008 (μέσος όρος των επιχειρήσεων της ΕΕ: 39%). Για τις «ΜΜΕ με άμεσες εξαγωγές την περίοδο 2006-2008», τα στοιχεία ήταν 7% για την Κύπρο έναντι 27% για την ΕΕ, ενώ για τις «ΜΜΕ με επενδύσεις στο εξωτερικό την περίοδο 2006-2008» τα αποτελέσματα ήταν 9% για την Κύπρο έναντι 4% για τον μέσο όρο της ΕΕ.



### 3. Κύπρος: πρόοδος στην εφαρμογή της SBA

Η παρούσα ενότητα παρουσιάζει ανεπίσημα στοιχεία σχετικά με τις τάσεις των επιμέρους δεικτών στους διάφορους τομείς της SBA. Όπως και με τις άλλες χώρες, λόγω έλλειψης στοιχείων, ληφθέντων κατά τακτά χρονικά διαστήματα δεν κατέστη δυνατή η παροχή μιας γενικής εκτίμησης σχετικά με την πρόοδο της Κύπρου στους τομείς της SBA σε συνολικότερο επίπεδο.

#### I. Επιχειρηματικότητα, II. Δεύτερη ευκαιρία και, III. Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις

Στην περίπτωση της Κύπρου δεν υπήρχαν επαρκή δεδομένα επιμέρους δεικτών για αυτές τις αρχές της SBA.

#### IV. Ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης

Ο μοναδικός δείκτης σε αυτή την ενότητα, το επίπεδο των διαθέσιμων υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, αυξήθηκε σταδιακά από 25% σε 45% των 20 πλέον συναφών διοικητικών υπηρεσιών που είναι διαθέσιμες στο Διαδίκτυο.

#### V. Δημόσιες συμβάσεις και κρατικές ενισχύσεις

Το «ποσοστό συνολικών κρατικών ενισχύσεων που δεσμεύονται για τις ΜΜΕ» αυξήθηκε σημαντικά με την πάροδο του χρόνου, καθώς μεταβλήθηκε από 5% το 2002 σε 1% το 2004 και το 2005, και σε 18% και 14% το 2006 και το 2007, αντίστοιχα.

#### VI. Χρηματοοικονομικά

Ο μοναδικός δείκτης σε αυτή την ενότητα με επαρκή δεδομένα, το ποσοστό των μη αποπληρωθέντων οφειλών αυξήθηκε λίγο την περίοδο 2004-2009, από 1,5% σε 3%.

#### VII. Ενιαία αγορά

Και οι δύο δείκτες για τους οποίους υπήρχαν επαρκή δεδομένα – το «μερίδιο εξαγωγών στην ΕΕ στις συνολικές εξαγωγές» και το «μερίδιο εισαγωγών από την ΕΕ στις συνολικές εισαγωγές» – αυξήθηκαν σημαντικά από επίπεδα κάτω του 60% το 2000 σε τιμές που άγγιξαν σχεδόν το 70% το 2008, επιβεβαιώνοντας τον μεγαλύτερο προσανατολισμό των κυπριακών ΜΜΕ προς την ΕΕ.

#### VIII. Δεξιότητες και καινοτομία

Οι τρεις δείκτες με επαρκή δεδομένα αφορούν όλοι τη χρήση εφαρμογών πληροφορικής στις επιχειρηματικές δραστηριότητες των ΜΜΕ και αποκαλύπτουν όλοι μια τάση στασιμότητας, αν όχι ύφεσης, την περίοδο 2004-2009: ως εκ τούτου, το ποσοστό ηλεκτρονικών αγορών από ΜΜΕ κυμάνθηκε στο 14% περίπου και το ποσοστό παραλαβής ηλεκτρονικών παραγγελιών στο 5%. Και οι δύο τιμές παρέμειναν σταθερά κάτω από τους αντίστοιχους μέσους όρους της ΕΕ. Όσον αφορά το δείκτη «ΜΜΕ που χρησιμοποιούν εφαρμογές ηλεκτρονικής μάθησης για την εκπαίδευση και κατάρτιση εργαζομένων», ουσιαστικά μειώθηκε κατά την ίδια περίοδο από 48% σε 34%, με αποτέλεσμα η Κύπρος να μην υπερβαίνει πλέον τον μέσο όρο της ΕΕ.

#### IX. Περιβάλλον και, X. Διεθνοποίηση

Στην περίπτωση της Κύπρου δεν υπήρχαν επαρκή δεδομένα επιμέρους δεικτών για αυτές τις αρχές της SBA.



#### 4. Εξελίξεις πολιτικής 2007-2009

Την περίοδο 2007-2009, η Κύπρος εγκαινίασε δράσεις σε οκτώ τομείς της SBA, ήτοι δεύτερη ευκαιρία, ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης, δημόσιες συμβάσεις και κρατικές ενισχύσεις, χρηματοοικονομικά, ενιαία αγορά, δεξιότητες και καινοτομία, περιβάλλον και διεθνοποίηση. Ορισμένες δράσεις μπορεί να υπάγονται σε περισσότερες από μία αρχές της SBA. Ωστόσο, κάθε μέτρο αναφέρεται μόνο μία φορά. Κάθε φορά που εγκαινιάζονται πολιτικές με τη μορφή δέσμης, π.χ. δέσμη γενικών μεταρρυθμίσεων, τα σχετικά στοιχεία υπάγονται στην πλέον συναφή αρχή της SBA. Οι σημαντικότερες εξελίξεις πολιτικής είναι οι εξής:

##### I. Επιχειρηματικότητα

Η σημαντικότερη δράση σε αυτό τον τομέα είναι τα σχέδια ενίσχυσης της γυναικείας επιχειρηματικότητας ή/και ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας των νέων.

Τα σχέδια αποβλέπουν στην ανάπτυξη, υποστήριξη και ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας των γυναικών ηλικίας 18-55 ετών και των νέων ηλικίας 20-39 ετών, που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στους τομείς της μεταποίησης και σε συγκεκριμένες δραστηριότητες εμπορίου, υπηρεσιών και τουρισμού, και οι οποίοι δεν έχουν προηγούμενη εμπειρία σε επιχειρηματικές δραστηριότητες. Απώτερος στόχος των σχεδίων, εκτός από την ενίσχυση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των γυναικών, είναι η δημιουργία νέων σύγχρονων βιώσιμων επιχειρήσεων, η ανάπτυξη καινοτόμων έργων, νέων τεχνολογιών και προϊόντων, καθώς και η υποστήριξη υπηρεσιών που αναβαθμίζουν την ποιότητα και την ανάπτυξη του τουρισμού. Το μέγιστο ποσοστό κρατικών επιδοτήσεων ανέρχεται στο 50 % του εγκεκριμένου προϋπολογισμού, με μέγιστο ποσοστό επιδότησης τα 70 000 ευρώ για τον μεταποιητικό τομέα και τα 50 000 ευρώ για τους υπόλοιπους τομείς.

##### II. Δεύτερη ευκαιρία

Ο νόμος περί πτώχευσης τροποποιήθηκε (τροποποιημένος νόμος 2(I) και 74(I) 2008). Οι επιχειρήσεις που πτωχεύουν διαθέτουν πλέον μια τετραετία για να αποκαταστήσουν την αξιοπιστία τους.

##### III. Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις

Ο εθνικός στόχος για τη μείωση του διοικητικού φόρτου κατά 20 % στην εθνική νομοθεσία προγραμματίζεται για τα τέλη του 2012, καταφεύγοντας σε υπηρεσίες συμβούλων για την υλοποίηση πιλοτικού έργου με στόχο τη μείωση του διοικητικού φόρτου στην αγορά ακινήτων και συγκεκριμένα στον τομέα των αδειοδοτήσεων χωροθέτησης και δόμησης.

##### IV. Ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης

Στα μέτρα που λήφθηκαν την περίοδο 2007-2009, περιλαμβάνονταν τα εξής: προσπάθειες ανάπτυξης ικανοτήτων με επίκεντρο τη βελτίωση της αποδοτικότητας των αρχών, όπως – από το 2008 – η σύσταση συστημάτων γραφείου υποστήριξης και υπηρεσίας ενιαίας εξυπηρέτησης για την εγγραφή εταιρειών με σκοπό τη διευκόλυνση της διαδικασίας σύστασης επιχείρησης (2007).

##### V. Δημόσιες συμβάσεις και κρατικές ενισχύσεις

Την περίοδο 2007-2009, λήφθηκαν τα ακόλουθα μέτρα:

- Το σύστημα ηλεκτρονικών προμηθειών eProcurement, που εγκαινιάστηκε το 2007, τέθηκε σε λειτουργία το Μάρτιο του 2009.
- Στο πλαίσιο του «Σχεδίου Κινήτρων για Επενδύσεις Αειφόρου Εμπλουτισμού και Αναβάθμισης του Τουριστικού Προϊόντος» 2007 του κυπριακού οργανισμού τουρισμού, προβλέπεται η στήριξη ΜΜΕ για επενδύσεις στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και την αναβάθμιση των υφιστάμενων τουριστικών καταλυμάτων. Το σχέδιο, με εγκεκριμένο προϋπολογισμό 13 εκατ. ευρώ θα βασιστεί στους κοινοτικούς κανονισμούς περί ΜΜΕ και περιφερειακών ενισχύσεων και έχει σκοπό να ενθαρρύνει τις επενδύσεις σε έργα εμπλουτισμού του τουριστικού προϊόντος (από το 2007).



## VI. Χρηματοοικονομικά

Λόγω της έλλειψης στοιχείων, δεν κατέστη δυνατό να υπολογιστεί συνολική βαθμολογία για την αρχή αυτή. Την περίοδο 2007-2009, λήφθηκαν τα ακόλουθα μέτρα πολιτικής:

- Επί του παρόντος, διενεργείται μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία ενός μέσου διευκόλυνσης δανειοδοτικών εγγυήσεων για ΜΜΕ.
- Στόχος του «Προγράμματος μετακίνησης μικρών επιχειρήσεων σε εγκεκριμένες περιοχές – 2002 – 2004-07 και 2009-2013» είναι να ενθαρρύνει τις μικρές επιχειρήσεις που ασχολούνται με μεταποιητικές δραστηριότητες ή καθορισμένες δραστηριότητες στον τομέα των υπηρεσιών, να μεταφερθούν από περιοχές με κατοικίες ή ακατάλληλες για τους τομείς δραστηριοτήτων τους, σε άλλες εγκεκριμένες περιοχές, όπου ο νόμος τους επιτρέπει να διαθέτουν εγκαταστάσεις και να ασχολούνται με δραστηριότητες μεταποίησης ή παροχής υπηρεσιών, όπως βιομηχανικές ή βιοτεχνικές ζώνες, ή άλλες εγκεκριμένες περιοχές. Το συνολικό ποσό επιδότησης ανά επιχείρηση δεν μπορεί να υπερβαίνει τα 40 000 ευρώ.
- Το «Σχέδιο Χορηγιών για Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ του Μεταποιητικού Τομέα» (2007) αποσκοπεί στην ενίσχυση, ανάπτυξη και προώθηση των ΜΜΕ στον μεταποιητικό τομέα μέσω της παροχής επιδοτήσεων. Ανατρέξτε στην ενότητα 5: περιγραφή ορθών πρακτικών.
- Το «Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης: Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης Μέτρο 1,6, Προστιθέμενη αξία στα γεωργικά και δασοκομικά προϊόντα. Δημιουργία και Εκσυγχρονισμός Μονάδων Μεταποίησης και Εμπορίας Γεωργικών και Δασοκομικών Προϊόντων, 2007-13», εγκρίθηκε τον Απρίλιο του 2008 και υλοποιείται από το Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού. Στόχος του μέτρου είναι η υποστήριξη των υφιστάμενων ΜΜΕ καθώς και νέων επιχειρήσεων στη μεταποίηση ή/και εμπορία γεωργικών και δασοκομικών προϊόντων. Το 2008, δόθηκαν επιδοτήσεις ύψους 12 εκατ. ευρώ. Οι επιδοτήσεις χορηγήθηκαν για τον εξοπλισμό κτιρίων, την αγορά νέων μηχανημάτων και εξοπλισμού, καθώς και για τη μεταφορά τεχνολογίας.

## VII. Ενιαία αγορά

Την περίοδο 2007-2009, λήφθηκαν τα ακόλουθα μέτρα πολιτικής:

- Το «Πρόγραμμα Επιχειρείτε Διαδικτυακά, Σχέδιο Προώθησης του Ηλεκτρονικού Εμπορίου στην Κύπρο», παρουσιάστηκε τον Νοέμβριο του 2009 από το Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού. Στόχος του σχεδίου αυτού είναι η ανάπτυξη των δυνατοτήτων και ευκαιριών που προσφέρουν το Διαδίκτυο και οι νέες τεχνολογίες για την κοινωνία της πληροφορίας με σκοπό την επέκταση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ΜΜΕ. Το σχέδιο καλύπτει την περίοδο 2009-2011 και χρηματοδοτεί την ανάπτυξη και υποστήριξη κινήτρων για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στο πλαίσιο του προγράμματος «Πρόγραμμα Επιχειρείτε Διαδικτυακά». Δεν έχει προβλεφθεί ειδικός προϋπολογισμός για το σχέδιο.

## VIII. Δεξιότητες και καινοτομία

Την περίοδο 2007-2009, λήφθηκαν τα ακόλουθα μέτρα πολιτικής:

- Σχεδιάστηκε σύστημα επαγγελματικών προσόντων για την αξιολόγηση και πιστοποίηση των γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων ενός ατόμου για επαρκή απόδοση στο εργασιακό περιβάλλον. Το 2009 δημοσιεύθηκε πρόσκληση με αντικείμενο την προετοιμασία επαγγελματικών προσόντων και προϋπολογισμό 878 000 ευρώ.
- Το 2009, εγκρίθηκε το «Σχέδιο επιχορήγησης επιχειρήσεων για αντικατάσταση θέσεων εργασίας χαμηλής παραγωγικότητας με θέσεις εργασίας υψηλής παραγωγικότητας», του Κέντρου Παραγωγικότητας, 2009 (προϋπολογισμός 2,0 εκατ. ευρώ έως το 2013). Το σχέδιο αποσκοπεί στη βελτίωση της εργασιακής παραγωγικότητας μέσω της μετάβασης από θέσεις εργασίας χαμηλής παραγωγικότητας σε θέσεις εργασίας υψηλής παραγωγικότητας.
- Το «Σχέδιο παροχής κυβερνητικών χορηγιών για ενίσχυση της εργαστηριακής υποδομής στην Κύπρο 2008-2010» καλύπτει την περίοδο 2008-2010 και υλοποιείται από το Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού. Στόχος του σχεδίου είναι να παρέχει κίνητρα και ενίσχυση με τη μορφή κυβερνητικών χορηγιών σε ΜΜΕ για τη βελτίωση της εργαστηριακής υποδομής τους για δοκιμές, ανάλυση προϊόντων, καθώς και για τη βαθμονόμηση του εξοπλισμού δοκιμών. Η μέγιστη επιδότηση ανά φορέα κατά την περίοδο έως το 2010 είναι 400 000 ευρώ.



## ΙΧ. Περιβάλλον

Την περίοδο 2007-2009, λήφθηκαν τα ακόλουθα μέτρα πολιτικής:

- Προκειμένου να μετατραπεί η Ευρώπη σε μια ενεργειακά αποδοτική οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα και να προωθηθεί η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και η εξοικονόμηση ενέργειας, υλοποιήθηκε ένα πενταετές πρόγραμμα (πρόγραμμα δράσης) για την περίοδο 2006-2010 με αντικείμενο την προώθηση της εξοικονόμησης ενέργειας στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα. Το πρόγραμμα αυτό, μεταξύ άλλων:
  - περιλαμβάνει την παροχή οικονομικών κινήτρων με τη μορφή επενδύσεων και λειτουργικής ενίσχυσης στους τομείς της εξοικονόμησης ενέργειας και της προώθησης της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας,
  - παρέχει κίνητρα για την αγορά οχημάτων με χαμηλές εκπομπές CO<sub>2</sub>,
  - προβλέπει τη βιώσιμη διαχείριση στερεών και επικίνδυνων αποβλήτων.
- Το 2009, εγκαινιάστηκε ένα πρόγραμμα για την προώθηση της ανακύκλωσης, με προϋπολογισμό 2,72 εκατ. ευρώ, εκ των οποίων 0,72 εκατ. ευρώ χορηγούνται σε επιχειρήσεις ανακύκλωσης (το υπόλοιπο χορηγείται στις τοπικές αρχές).

## Χ. Διεθνοποίηση

Την περίοδο 2007-2009, λήφθηκαν τα ακόλουθα μέτρα πολιτικής:

- Το «Σχέδιο Επιχορήγησης Κυπριακών Βιομηχανιών για συμμετοχή στη Διεθνή Έκθεση Κύπρου» εγκαινιάστηκε το Μάρτιο του 2009 και υλοποιείται από το Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού. Το σχέδιο έχει στόχο την παροχή κινήτρων με τη μορφή επιδότησης προκειμένου να ενθαρρύνει τις μεταποιητικές ΜΜΕ ή τους διαπιστευμένους συνεργάτες τους να συμμετάσχουν στη Διεθνή Έκθεση Κύπρου 2009. Το σχέδιο θα καλύψει την περίοδο έως το 2013 εφόσον υπάρχει διαθέσιμος προϋπολογισμός. Το σχέδιο προβλέπει την υποστήριξη έως και 100 ΜΜΕ.



## 5. Ορθές πρακτικές

Για την καλύτερη περιγραφή των προσπαθειών της κυβέρνησης να προωθήσει τις ΜΜΕ, οι στατιστικές πληροφορίες του ενημερωτικού δελτίου εμπλουτίζονται με ένα παράδειγμα ορθής πρακτικής στην πολιτική για τις ΜΜΕ.

### Παράδειγμα ορθής πρακτικής στην πολιτική για τις κυπριακές ΜΜΕ

Τίτλος του σχεδίου: Σχέδιο Χορηγιών για Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ του Μεταποιητικού Τομέα. Υλοποιείται από το Υπουργείο Εμπορίου, Βιομηχανίας και Τουρισμού. Το σχέδιο αυτό θεσπίστηκε το 2007.

Το σχέδιο εγκρίνεται από τον κανονισμό 1628/2006 (ΕΚ) της 24ης Οκτωβρίου 2006 για την εφαρμογή των άρθρων 107 και 108 της νέας συνθήκης και τον κανονισμό 1998/2006 (ΕΚ) της 15ης Δεκεμβρίου 2006 για την εφαρμογή των άρθρων 107 και 108 της νέας συνθήκης. Το σχέδιο έχει στόχο την υποστήριξη, ανάπτυξη και προώθηση των ΜΜΕ στον μεταποιητικό τομέα, καθώς και την υποστήριξη υπηρεσιών του μεταποιητικού τομέα μέσω οικονομικής ενίσχυσης για την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό υφιστάμενων ή την ίδρυση νέων βιώσιμων ΜΜΕ οι οποίες λειτουργούν σε περιοχές που ελέγχονται από την κυβέρνηση της Κυπριακής Δημοκρατίας.

Συγκεκριμένα οι στόχοι είναι:

- Βελτίωση της τεχνολογίας και κατ' επέκταση της παραγωγικότητας
- Ίδρυση νέων μεταποιητικών μονάδων για την παραγωγή νέων προϊόντων υψηλής τεχνολογίας και υψηλής προστιθέμενης αξίας
- Δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης
- Υποστήριξη ισόρροπης γεωγραφικής ανάπτυξης

Η αρμόδια αρχή εκδίδει προσκλήσεις υποβολής αιτήσεων συμμετοχής στο σχέδιο σε ετήσια βάση. Οι αιτήσεις αξιολογούνται με βάση μια σειρά κριτηρίων. Οι επιλέξιμες δαπάνες είναι: νέα μηχανήματα, μεταφορά τεχνολογίας, καθώς και κτίρια και επιχειρήσεις.

Η χορήγηση επιδότησης είναι μια ιδιαίτερα ανταγωνιστική διαδικασία, καθώς υπάρχουν πάρα πολλές αιτήσεις και τα κριτήρια επιλογής είναι αυστηρά. Ο μεταποιητικός τομέας στην Κύπρο συμβάλλει σημαντικά στο ΑΕγχΠ. Το σχέδιο είναι σημαντικό, καθώς παρέχει τη δυνατότητα σε καινοτόμες ΜΜΕ στον παραγωγικό τομέα να ενισχύσουν τη δυναμικότητά τους και να γίνουν πιο ανταγωνιστικές.

Ο συνολικός προϋπολογισμός για ολόκληρη την περίοδο ανέρχεται σε 22 εκατ. ευρώ, ενώ για την πρώτη πρόσκληση υποβολής αιτήσεων που έλαβε χώρα το 2007 ο προϋπολογισμός που διατέθηκε ανήλθε σε 11 εκατ. ευρώ.



## Παράρτημα Ι: Επιλεγμένοι δείκτες της SBA για την Κύπρο

Κάθε διάσταση του ακτινωτού διαγράμματος που παρουσιάζεται στην ενότητα 2 αντιστοιχεί σε μία από τις 10 αρχές της πρωτοβουλίας SBA (Small Business Act). Κάθε αρχή της SBA συγκεντρώνει τους πλέον πρόσφατους διαθέσιμους στατιστικούς δείκτες που επεξηγούν την τιμή που αποδίδεται στην εν λόγω αρχή. Το διάγραμμα είναι παρόμοιο με αυτό που δημοσιεύτηκε το 2008, αλλά έχει συμπληρωθεί με πρόσθετους δείκτες και έχει επικαιροποιηθεί με πιο πρόσφατα δεδομένα. Καταβλήθηκαν προσπάθειες να περιλαμβάνονται πάντα τα πλέον πρόσφατα δεδομένα, δηλαδή συνήθως δεδομένα για το έτος 2008. Η βασική απαίτηση για τη συμπερίληψη των δεικτών ήταν η εναρμόνιση (συγκρισιμότητα μεταξύ χωρών). Συνεπώς, οι δείκτες προέρχονται από ένα μεγάλο εύρος διεθνών πηγών (βλέπε παρακάτω) και όχι από τις εθνικές στατιστικές υπηρεσίες. Επιπλέον, για να επιλεγεί ένας δείκτης για μια αρχή της SBA, πρέπει είτε να είναι διαθέσιμος σε έναν ελάχιστο αριθμό κρατών είτε να καλύπτει ένα ελάχιστο ποσοστό MME σε όλες τις χώρες. Για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με την εφαρμοζόμενη μεθοδολογία, ανατρέξτε στο σχετικό σημείωμα με τις επεξηγήσεις στον δικτυακό τόπο της ΓΔ Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας. Εκεί θα βρείτε επίσης μια λεπτομερή περιγραφή όλων των μεταβλητών και των πηγών τους.

Δείκτης	Πλέον πρόσφατη τιμή χώρας	Μέσος όρος απόλυτης τιμής στην ΕΕ*	Έτος αναφοράς για την τιμή χώρας	Πηγή
<b>Ι. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ</b>				
1.1 Επιθυμία για αυτοαπασχόληση	μ/δ	30,71	πριν από το 2005	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 192
1.2 Ποσοστό συμμετοχής στην επιχειρηματική εκπαίδευση	36,00	32,33	2007	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 192
1.3 Επιχειρηματικότητα ως ευκαιρία	46,00	57,48	2007	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 192
1.4 Ποσοστό επιχειρηματικότητας: ποσοστό αυτών που ίδρυσαν μια επιχείρηση η οποία εξακολουθεί να λειτουργεί ή που βρίσκονται στο στάδιο ίδρυσης επιχείρησης	32,00	23,72	2007	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 192
1.5 Βαθμός στον οποίο η σχολική εκπαίδευση συνέβαλε στην ανάπτυξη επιχειρηματικής νοοτροπίας (%)	61,60	52,77	2007	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 192
1.9 Ποσοστό επιβίωσης επιχειρήσεων	μ/δ	70,94	μ/δ	Βάση δεδομένων της Eurostat για τη δημογραφία των επιχειρήσεων
1.10 Ποσοστό γέννησης επιχειρήσεων	3,00	10,37	2006	Βάση δεδομένων της Eurostat για τη δημογραφία των επιχειρήσεων
1.11 Ποσοστό επιχειρήσεων υψηλής ανάπτυξης (% του συνόλου)	μ/δ	4,30	μ/δ	Eurostat
1.12 Ποσοστό επιχειρηματικής ιδιοκτησίας: Ιδιωτικός τομέας εξαιρουμένης της γεωργίας, της θήρας, της δασοκομίας και της αλιείας	μ/δ	0,11	μ/δ	EIM Business & Policy Research
1.13 Δείκτης συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας	μ/δ	5,85	μ/δ	Global Entrepreneurship Monitor
1.16 Αναλογία ευκαιριών/αναγκών επιχειρηματικότητας	μ/δ	6,24	μ/δ	Global Entrepreneurship Monitor



Δείκτης	Πλέον πρόσφατη τιμή χώρας	Μέσος όρος απόλυτης τιμής στην ΕΕ*	Έτος αναφοράς για την τιμή χώρας	Πηγή
<b>II. ΔΕΥΤΕΡΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ</b>				
2.1 Βαθμός υποστήριξης για την παροχή δεύτερης ευκαιρίας (% υπέρ)	90,00	79,80	2007	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο του 2007 για το επιχειρηματικό πνεύμα
2.2 Κόστος (% των περιουσιακών στοιχείων) για τη διακοπή λειτουργίας μιας επιχείρησης	μ/δ	10,72	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
2.3 Χρόνος σε έτη που απαιτούνται για τη διακοπή λειτουργίας μιας επιχείρησης	μ/δ	2,09	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
<b>III. ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b>				
3.1 Ποσοστό υποστήριξης των ισχυόντων κανονισμών από τις ΜΜΕ	38,00	34,33	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
3.2 Χρόνος που απαιτείται για τη συμμόρφωση με τις διοικητικές υποχρεώσεις (% του συνολικού εργάσιμου χρόνου των ΜΜΕ)	2,00	7,48	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
3.3 Προβλήματα με τους διοικητικούς κανονισμούς	16,50	32,68	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
<b>IV. ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ</b>				
4.1 Αριθμός ημερών που απαιτούνται για την έναρξη λειτουργίας μιας επιχείρησης	μ/δ	17,20	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.2 Κόστος έναρξης λειτουργίας μιας επιχείρησης (% του κατά κεφαλή εισοδήματος)	μ/δ	5,21	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.6 Κόστος (% της αξίας των περιουσιακών στοιχείων) για τη δήλωση περιουσιακών στοιχείων	μ/δ	4,54	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.7 Επιβολή συμβατικών υποχρεώσεων – κόστος (% της αξίωσης)	μ/δ	19,80	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.8 Διαθέσιμες υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης (σε επίπεδο προσφοράς) – Διαθέσιμες επιγραμμικές υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης στο Διαδίκτυο	45,00	59,48	2007	Eurostat
4.10 Αριθμός διαδικασιών που απαιτούνται για την έναρξη λειτουργίας μιας επιχείρησης	μ/δ	6,16	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.14 Αριθμός διαδικασιών που απαιτούνται για τη δήλωση περιουσιακών στοιχείων	μ/δ	5,16	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.15 Αριθμός ημερών που απαιτούνται για τη δήλωση περιουσιακών στοιχείων	μ/δ	61,12	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
<b>V. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ</b>				
5.1 Μεριδίο των ΜΜΕ επί της αξίας των δημόσιων συμβάσεων	μ/δ	μ/δ	μ/δ	Έκθεση Ευρωπαϊκής Επιτροπής
5.2 Ποσοστό συνολικών κρατικών ενισχύσεων που απευθύνονται σε ΜΜΕ	14,00	10,60	2007	Πίνακας αποτελεσμάτων για τις κρατικές ενισχύσεις



Δείκτης	Πλέον πρόσφατη τιμή χώρας	Μέσος όρος απόλυτης τιμής στην ΕΕ*	Έτος αναφοράς για την τιμή χώρας	Πηγή
<b>VI. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ</b>				
6.1 Επιχειρηματικό κεφάλαιο – αρχικό στάδιο σε σχέση με το ΑΕγχΠ	μ/δ	0,02	μ/δ	ECVA
6.2 Επιχειρηματικό κεφάλαιο – στάδιο επέκτασης σε σχέση με το ΑΕγχΠ	μ/δ	0,08	μ/δ	ECVA
6.3 Μέγεθος εγγυήσεων για ΜΜΕ (σε σχέση με το ΑΕγχΠ)	μ/δ	0,24	μ/δ	Δείκτης χρηματοδότησης επιχειρήσεων
6.4 Δανειοληψία: Δείκτης ισχύος νομικών δικαιωμάτων (0-10)	μ/δ	6,64	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
6.5 Δανειοληψία: Δείκτης εύρους πιστωτικών πληροφοριών (0-6)	μ/δ	4,52	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
6.6 Διαφορά μεταξύ των επιτοκίων δανείων ύψους έως 1 εκατ. ευρώ και των επιτοκίων δανείων ύψους άνω του 1 εκατ. ευρώ	0,81	1,00	2009	Στατιστικά στοιχεία της ΕΚΤ σχετικά με τα επιτόκια των NXI
6.9 Μέση καθυστέρηση στις πληρωμές (% του μέσου αριθμού ημερών σύμβασης)	25,00	16,41	2009	Intrum Justitia
6.10 Ποσοστό πληρωμών που χάθηκαν (% του συνόλου)	3,00	2,50	2009	Intrum Justitia
6.11 Ποσοστό ΜΜΕ που αντιμετωπίζουν προβλήματα πρόσβασης σε χρηματοδότηση	19,80	21,06	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
<b>VII. ΕΝΙΑΙΑ ΑΓΟΡΑ</b>				
7.1 Μέση καθυστέρηση μεταφοράς για καθυστερημένες οδηγίες – σε μήνες	9,10	9,86	2007	ΓΔ Εσωτερική Αγορά
7.2 Οδηγίες περί ενιαίας αγοράς – % μεταφοράς ή κοινοποίησης	98,30	98,96	2007	Πίνακας αποτελεσμάτων για την εσωτερική αγορά
7.3 Αριθμός οδηγιών καθυστερημένων κατά 2 έτη	3,00	2,28	2007	Πίνακας αποτελεσμάτων για την εσωτερική αγορά
7.4 Ποσοστό ΜΜΕ που πραγματοποιούν ενδοκοινοτικές εξαγωγές επί του συνόλου των ΜΜΕ (από την άποψη του αριθμού των επιχειρήσεων)	0,01	0,03	2007	Πιλοτική μελέτη της Eurostat για το εξωτερικό εμπόριο



Δείκτης	Πλέον πρόσφατη τιμή χώρας	Μέσος όρος απόλυτης τιμής στην ΕΕ*	Έτος αναφοράς για την τιμή χώρας	Πηγή
<b>VIII. ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ</b>				
8.1 Ποσοστό επιχειρήσεων που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές το τελευταίο ημερολογιακό έτος (ΜΜΕ: 10-250 εργαζόμενοι)	14,00	23,52	2008	Έκθεση της Eurostat για την επιστήμη και την τεχνολογία
8.2 Ποσοστό επιχειρήσεων που έλαβαν ηλεκτρονικές παραγγελίες το τελευταίο ημερολογιακό έτος (ΜΜΕ: 10-250 εργαζόμενοι)	6,00	12,81	2008	Έκθεση της Eurostat για την επιστήμη και την τεχνολογία
8.3 Ποσοστό ΜΜΕ με ενδοεταιρική καινοτομία, ως ποσοστό επί του συνολικού αριθμού των ΜΜΕ (10-250 εργαζόμενοι)	37,50	30,33	2006	EUROSTAT, CIS
8.4 Ποσοστό επιχειρήσεων με καινοτομία σε επίπεδο οργάνωσης και μάρκετινγκ, ως ποσοστό επί του συνολικού αριθμού των ΜΜΕ (10-250 εργαζόμενοι)	30,65	27,28	2006	EUROSTAT, CIS
8.5 Καινοτόμες ΜΜΕ που συνεργάζονται με άλλους, ως ποσοστό επί του συνολικού αριθμού των ΜΜΕ (10-250 εργαζόμενοι)	26,20	11,62	2006	EUROSTAT, CIS
8.6 ΜΜΕ με καινοτόμες δραστηριότητες (10-250 εργαζόμενοι)	38,50	35,59	2006	EUROSTAT, CIS
8.7 Ποσοστό ΜΜΕ που παρουσιάζουν νέα προϊόντα ή έσοδα από νέα προϊόντα	56,10	63,77	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
8.8 Μέρος του κύκλου εργασιών των ΜΜΕ που προέρχεται από νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες	8,00	12,30	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
8.9 Ποσοστό του προσωπικού των ΜΜΕ που κατέχει πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης	22,00	30,44	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
<b>IX. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ</b>				
9.1 Ποσοστό ΜΜΕ που διαθέτουν πλήρη συστήματα ενεργειακής απόδοσης	5,00	4,26	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
9.2 Ποσοστό ΜΜΕ που εφαρμόζουν στοιχειώδη μέτρα εξοικονόμησης ενέργειας	16,00	28,44	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ



Δείκτης	Πλέον πρόσφατη τιμή χώρας	Μέσος όρος απόλυτης τιμής στην ΕΕ*	Έτος αναφοράς για την τιμή χώρας	Πηγή
<b>Χ. ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ</b>				
10.1 Μέρος του κύκλου εργασιών που προέρχεται από εξαγωγές (% του συνόλου)	μ/δ	5,58	2006	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
10.2 Ποσοστό ΜΜΕ που έχουν έσοδα από θυγατρικές εταιρείες ή/και κοινοπραξίες στο εξωτερικό (%)	μ/δ	4,76	μ/δ	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
10.4 Αριθμός ημερών που απαιτούνται για την εξαγωγή προϊόντων:	μ/δ	11,25	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
10.5 Αριθμός ημερών που απαιτούνται για την εισαγωγή προϊόντων:	μ/δ	13,44	μ/δ	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
10.6 Ποσοστό ΜΜΕ που πραγματοποιούν εξαγωγές εκτός της ΕΕ των 27 επί του συνόλου των ΜΜΕ (από την άποψη του αριθμού των επιχειρήσεων)	μ/δ	μ/δ	μ/δ	Πιλοτική μελέτη της Eurostat για το εξωτερικό εμπόριο
10.10 ΜΜΕ με ίδιες εισαγωγές την περίοδο 2006-2008	66,56	39,17	2008	Μελέτη της ΓΔ Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας σχετικά με τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ
10.11 ΜΜΕ με άμεσες εισαγωγές την περίοδο 2006-2008	6,61	27,13	2008	Μελέτη της ΓΔ Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας σχετικά με τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ
10.12 ΜΜΕ με επενδύσεις στο εξωτερικό την περίοδο 2006-2008	9,16	3,68	2008	Μελέτη της ΓΔ Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας σχετικά με τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ

Σημείωση: Οι ανωτέρω επιλεγμένοι δείκτες αποτελούν δείγμα των δεδομένων που χρησιμοποιήθηκαν για την κατάρτιση του αραχνοειδούς διαγράμματος για τη συγκεκριμένη χώρα. Οι περισσότεροι από τους ανωτέρω δείκτες – όχι όμως όλοι – χρησιμοποιήθηκαν για τον υπολογισμό των μέσων όρων που παρουσιάζονται στο διάγραμμα. Σημειώνεται ότι οι τιμές ορισμένων δεικτών δεν επικαιροποιούνται σε ετήσια βάση.