



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

1. Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα – βασικά αριθμητικά στοιχεία

ΜΜΕ στην Ελλάδα: βασικά αριθμητικά στοιχεία, εμπορική μη χρηματοοικονομική οικονομία, εκτιμήσεις 2008

	Επιχειρήσεις			Απασχόληση			Προστιθέμενη αξία		
	Ελλάδα		ΕΕ των 27	Ελλάδα		ΕΕ των 27	Ελλάδα		ΕΕ των 27
	Αριθμός	Ποσοστό	Ποσοστό	Αριθμός	Ποσοστό	Ποσοστό	Δισ. €	Ποσοστό	Ποσοστό
Πολύ μικρές	820 021	96,5%	91,8%	1 538 632	58,0%	29,7%	28	35,1%	21,0%
Μικρές	25 789	3,0%	6,9%	459 784	17,3%	20,7%	16	20,5%	18,9%
Μεσαίες	3 579	0,4%	1,1%	312 489	11,8%	17,0%	14	17,1%	18,0%
ΜΜΕ	849 389	99,9%	99,8%	2 310 905	87,0%	67,4%	58	72,6%	57,9%
Μεγάλες	431	0,1%	0,2%	343 810	13,0%	32,6%	22	27,4%	42,1%
Σύνολο	849 820	100,0%	100,0%	2 654 715	100,0%	100,0%	79	100,0%	100,0%

Τα στοιχεία αφορούν την εμπορική μη χρηματοοικονομική οικονομία (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.

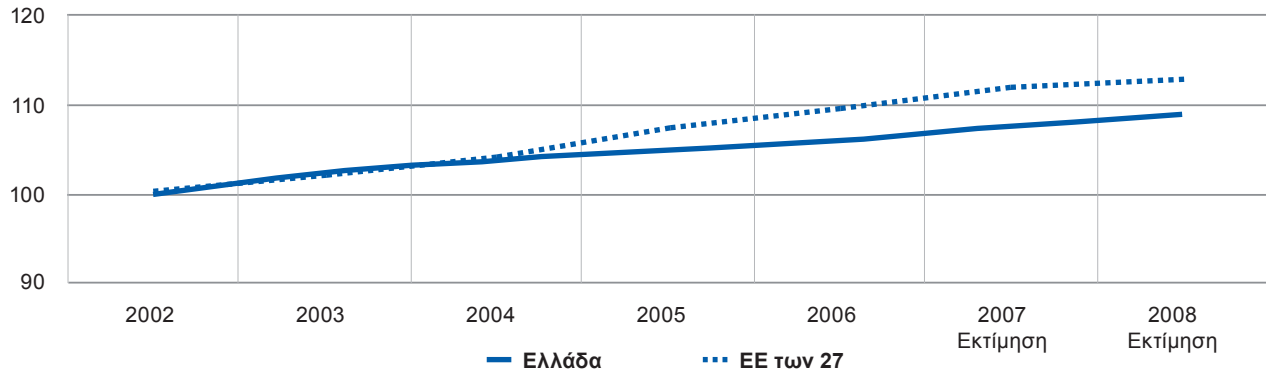
Ο τομέας των SME¹ στην Ελλάδα έχει μικρής κλίμακας δομή. Το ποσοστό των πολύ μικρών επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερο από τον μέσο όρο της ΕΕ.

Οι ελληνικές πολύ μικρές επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερο προσωπικό (58%) από τη μέση ευρωπαϊκή πολύ μικρή επιχείρηση (30%). Κατά συνέπεια, η συμβολή όλων των ΜΜΕ στην απασχόληση είναι υψηλότερη στην Ελλάδα (87%) σε σχέση με την ΕΕ (67%). Επιπλέον, η συμβολή των ΜΜΕ στην προστιθέμενη αξία επίσης ξεπερνά τον μέσο όρο της ΕΕ (73% έναντι 58% αντίστοιχα).

¹ 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 διόρθωσης που εκπονήθηκε 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. Το μειονέκτημα είναι ότι, για ορισμένες χώρες, τα δεδομένα αυτά διαφέρουν από εκείνα που δημοσιεύουν οι εθνικές αρχές.

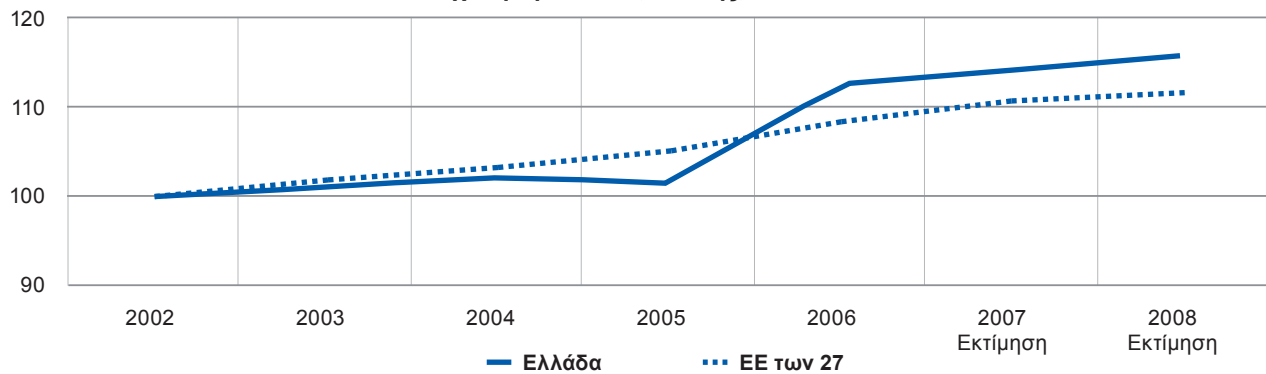


Αριθμός ΜΜΕ, δείκτης, 2002 = 100



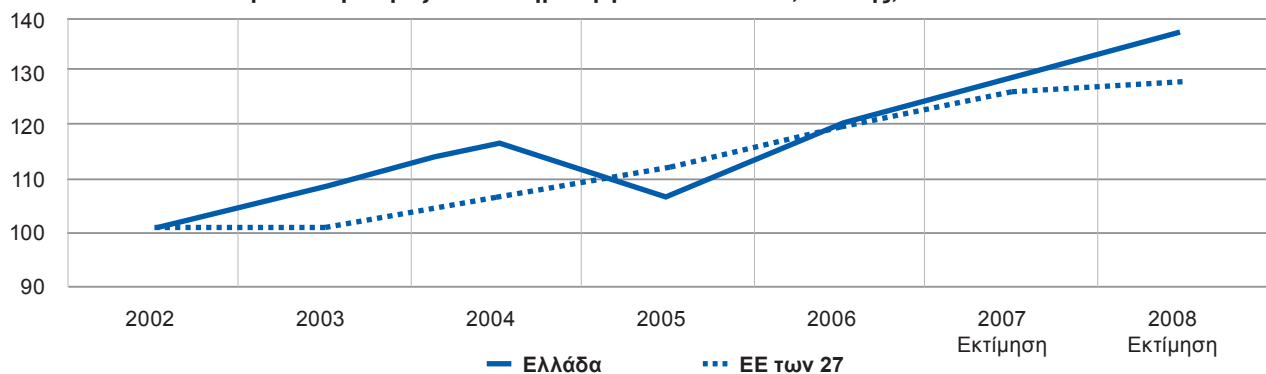
Από το 2002 έως το 2008, ο αριθμός των ΜΜΕ αυξήθηκε κατά 8%, δηλαδή λιγότερο από τη μέση αύξηση στην ΕΕ (13%). Η καθαρή αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων αφορούσε ιδιαίτερα την ομάδα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Απασχόληση σε ΜΜΕ, δείκτης, 2002 = 100



Την περίοδο 2002-2008, η απασχόληση στις ελληνικές ΜΜΕ αυξήθηκε κατά 15%, δηλαδή πάνω από τον μέσο όρο της ΕΕ του 12%. Σε γενικές γραμμές, η απασχόληση αυξήθηκε στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και μειώθηκε στις μεγάλες επιχειρήσεις. Η σημαντικότερη αύξηση καταγράφηκε το 2006.

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



Η προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ παρουσίασε διακυμάνσεις με συνολική αύξηση κατά 37%, η οποία υπερβαίνει τον μέσο όρο της ΕΕ του 28%.



2. Η εφαρμογή των βασικών στοιχείων της SBA στην Ελλάδα

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται οι διάφορες αρχές της SBA, συγκρίνοντας τα αριθμητικά στοιχεία της Ελλάδας 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, μέσοι όροι για την Ελλάδα είναι διαθέσιμοι για τις ακόλουθες αρχές της SBA: ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης, χρηματοοικονομικά, ενιαία αγορά, δεξιότητες και καινοτομία, καθώς και διεθνοποίηση. Στο ίδιο επίπεδο με τον μέσο όρο της ΕΕ των 27 βρίσκονται οι τομείς «ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης» και «δεξιότητες και καινοτομία». Κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ των 27 βρίσκονται τα συγκρίσιμα αριθμητικά στοιχεία στους τομείς «ενιαία αγορά» και «διεθνοποίηση». Ο τομέας «χρηματοοικονομικά» υπολείπεται σημαντικά του μέσου όρου της ΕΕ των 27.



I. Επιχειρηματικότητα

Δεν κατέστη δυνατό να υπολογιστεί βαθμολογία για την Ελλάδα σχετικά με αυτή την αρχή της SBA. Οι διαθέσιμοι δείκτες δεν δίνουν μια συνεκτική εικόνα.

Τρεις από τους οκτώ κύριους δείκτες υπερβαίνουν κατά πολύ τον μέσο όρο της ΕΕ, κατατάσσοντας την Ελλάδα στην πρώτη θέση στους αντίστοιχους τομείς. Αυτοί είναι η «επιθυμία για αυτοαπασχόληση» (47% του πληθυσμού στην Ελλάδα έναντι 31% στην ΕΕ), ο δείκτης συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας (9,9% του ενήλικου πληθυσμού συνέστησε ή διατηρεί επιχείρηση ηλικίας κάτω των 3,5 ετών) και ο δείκτης μελλοντικής επιχειρηματικότητας (17% του ελληνικού ενήλικου πληθυσμού σχεδιάζει να συστήσει επιχείρηση τα επόμενα 3 έτη έναντι 10% στην Ευρώπη). Αυτές οι επιδόσεις υποστηρίζονται από το σημαντικά μεγαλύτερο από τον μέσο όρο ποσοστό ιδιόκτητων επιχειρήσεων. Όσον αφορά τις τιμές που υπερβαίνουν τους μέσους όρους της ΕΕ, το ποσοστό επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα ανέρχεται σε 33% έναντι 24% στην ΕΕ κατά

μέσο όρο. Στο ίδιο επίπεδο με τον μέσο όρο της ΕΕ βρίσκεται ο βαθμός στον οποίο η σχολική εκπαίδευση συνέβαλε στην ανάπτυξη επιχειρηματικής νοοτροπίας, ενώ η αναλογία επιχειρηματικότητας λόγω ευκαιρίας προς αυτήν λόγω ανάγκης βρίσκεται πολύ πίσω από τον μέσο όρο της ΕΕ (2 στην Ελλάδα έναντι 6 στην ΕΕ).

II. Δεύτερη ευκαιρία

Οι τρεις διαθέσιμοι δείκτες σε αυτόν τον τομέα της SBA δεν δίνουν μια συνεκτική εικόνα.

Ενώ ο βαθμός υποστήριξης της ιδέας να παρέχεται δεύτερη ευκαιρία υπερβαίνει τον μέσο όρο της ΕΕ (89% έναντι 80%), το κόστος (9%) και ο χρόνος σε έτη που απαιτούνται για τη διακοπή λειτουργίας μιας επιχείρησης (2 έτη) βρίσκονται στο ίδιο επίπεδο με τους μέσους όρους της ΕΕ – 11% και 2,1 έτη αντίστοιχα.

III. Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις

Οι λίγοι διαθέσιμοι δείκτες για αυτόν τον τομέα της SBA δεν επιτρέπουν την εξαγωγή γενικού συμπεράσματος. Η Ελλάδα έχει καλύτερες επιδόσεις από την ΕΕ σε δύο από τους τρεις διαθέσιμους δείκτες: στο ποσοστό μεταξύ των ΜΜΕ υποστήριξης των ισχυόντων κανονισμών (41% έναντι 34%) και στο χρόνο που απαιτείται για τη συμμόρφωση με τις διοικητικές υποχρεώσεις (4% έναντι 7% του συνολικού χρόνου εργασίας των ΜΜΕ). Ταυτόχρονα, η βαθμολογία του δείκτη που αφορά το ποσοστό των ΜΜΕ που αντιμετωπίζουν προβλήματα με τους διοικητικούς κανονισμούς βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο με τον μέσο όρο της ΕΕ.

IV. Ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης

Συνολικά, τα διαθέσιμα αριθμητικά στοιχεία για αυτή την αρχή της SBA τοποθετούν την Ελλάδα στο επίπεδο του μέσου όρου της ΕΕ των 27. Τέσσερις από τους επτά κύριους δείκτες εμφανίζουν μια μέση επίδοση.



Αυτοί είναι ο «αριθμός ημερών που απαιτούνται για την έναρξη λειτουργίας μιας επιχείρησης»² (19), οι δύο δείκτες που μετρούν τις δυσκολίες πρόσληψης και απόλυσης, καθώς και ο αριθμός των ημερών που απαιτούνται για τη δήλωση περιουσιακών στοιχείων (22 στην Ελλάδα έναντι 61 στην ΕΕ).

Εντοπίζονται κάποιοι δείκτες όπου η Ελλάδα υπολείπεται του μέσου όρου της ΕΕ, ιδιαίτερα το υψηλότερο κόστος έναρξης λειτουργίας μιας επιχείρησης (10 % του κατά κεφαλή εισοδήματος έναντι 5% στην ΕΕ) και οι «διαθέσιμες υπηρεσίες ηλεκτρονικής διακυβέρνησης» (με 45 % των 20 βασικών υπηρεσιών να είναι διαθέσιμες στο Διαδίκτυο έναντι 59% στην ΕΕ κατά μέσο όρο).

Οι περισσότεροι πρόσθετοι δείκτες υποδηλώνουν επιδόσεις κάτω του μέσου όρου. Σε αυτούς περιλαμβάνονται ο αριθμός των απαιτούμενων διαδικασιών για την έναρξη λειτουργίας μιας επιχείρησης (15 έναντι 6) και για τη δήλωση περιουσιακών στοιχείων (11 έναντι 5), καθώς και οι αυστηρότεροι κανονισμοί απασχόλησης όπως περιγράφονται από τους δείκτες που μετρούν την αυστηρότητα στον τομέα της απασχόλησης και του εργασιακού ωραρίου.

V. Δημόσιες συμβάσεις και κρατικές ενισχύσεις

Ο μόνος διαθέσιμος δείκτης για αυτόν τον τομέα της SBA μετρά το ποσοστό των συνολικών κρατικών ενισχύσεων που απευθύνονται σε ΜΜΕ σε σύγκριση με το συνολικό ποσό όλων των κρατικών ενισχύσεων. Ο δείκτης για την Ελλάδα είναι 8%, δηλαδή στο ίδιο επίπεδο με τον μέσο όρο της ΕΕ του 11%.

VI. Χρηματοοικονομικά

Συνολικά, τα διαθέσιμα αριθμητικά στοιχεία για αυτή την αρχή της SBA τοποθετούν την Ελλάδα πολύ κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ των 27, κυρίως εξαιτίας πέντε δεικτών με χαμηλές επιδόσεις (δύο εκ των οποίων σε πολύ χαμηλά επίπεδα) σε σύνολο 8 διαθέσιμων δεικτών.

Στους δείκτες με τη χαμηλότερη επίδοση περιλαμβάνονται η μέση καθυστέρηση στις πληρωμές (30 μέρες στην Ελλάδα έναντι 16 στην ΕΕ) και η ισχύς των νομικών δικαιωμάτων που προστατεύουν δανειοδότες και δανειολήπτες (3 για την Ελλάδα έναντι 7 στην ΕΕ κατά μέσο όρο, σε κλίμακα 0-10). Μεταξύ των δεικτών με επιδόσεις κάτω του μέσου όρου περιλαμβάνονται τα προβλεπόμενα κονδύλια των διαρθρωτικών ταμείων που προορίζονται για την ενίσχυση

της επιχειρηματικότητας (6 % έναντι 9%) και οι δύο δείκτες που μετρούν τη διαθεσιμότητα επιχειρηματικού κεφαλαίου (αρχικό στάδιο και στάδιο επέκτασης). Ορισμένοι πρόσθετοι δείκτες, π.χ. το ποσοστό των ΜΜΕ που αντιμετωπίζουν προβλήματα πρόσβασης σε χρηματοδότηση (25 % έναντι 21%) και το ποσοστό των πληρωμών που χάθηκαν (3 % έναντι 2,5%) επιβεβαιώνουν τη συνολική επίδοση της Ελλάδας που υπολείπεται του μέσου όρου σε αυτό τον τομέα. Οι λίγοι δείκτες με τιμές για την Ελλάδα στο ίδιο επίπεδο με τον μέσο όρο της ΕΕ ήταν το εύρος των πιστωτικών πληροφοριών (μέτρηση του αντικειμένου, της προσβασιμότητας και της ποιότητας των πιστωτικών πληροφοριών που είναι διαθέσιμες μέσω των μητρώων πιστώσεων) και το προβλεπόμενο ποσοστό των κονδυλίων του ΕΓΤΑΑ που προορίζονται για την ίδρυση και ανάπτυξη επιχειρήσεων στις περιοχές της υπαίθρου.

VII. Ενιαία αγορά

Τα διαθέσιμα στοιχεία για αυτή την αρχή της SBA τοποθετούν την Ελλάδα κάτω από το επίπεδο του μέσου όρου της ΕΕ των 27.

Οι δύο δείκτες πολιτικής, οι οποίοι αντανακλούν τη μέση καθυστέρηση μεταφοράς σε μήνες για οδηγίες της ΕΕ και τον αριθμό των καθυστερημένων οδηγιών, βρίσκονται στο ίδιο επίπεδο με τους μέσους όρους της ΕΕ των 27. Ταυτόχρονα, το ποσοστό μεταφοράς ή κοινοποίησης των οδηγιών περί ενιαίας αγοράς και το ποσοστό των εισαγωγών από την ΕΕ των 27 στις συνολικές εισαγωγές σημειώνουν στην Ελλάδα επιδόσεις κάτω των μέσων όρων της ΕΕ (αντίστοιχα 98,6% έναντι 99% και 62% έναντι 67%).

VIII. Δεξιότητες και καινοτομία

Συνολικά, τα διαθέσιμα αριθμητικά στοιχεία για αυτή την αρχή της SBA τοποθετούν την Ελλάδα στο επίπεδο του μέσου όρου της ΕΕ των 27. Αυτό οφείλεται κυρίως στους δείκτες που σχετίζονται με την καινοτομία, όπως το ποσοστό των ΜΜΕ με ενδοεταιρική καινοτομία, των καινοτόμων ΜΜΕ που συνεργάζονται με άλλες επιχειρήσεις ή το ποσοστό των ΜΜΕ που παρουσιάζουν νέα προϊόντα ή έσοδα από νέα προϊόντα, που βρίσκονται όλοι στο ίδιο επίπεδο με τους μέσους όρους της ΕΕ. Παρόλα αυτά, το ποσοστό του κύκλου εργασιών των ΜΜΕ που οφείλεται σε νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες υπερβαίνει τον μέσο όρο της ΕΕ (16 % έναντι 12%).

² Στην Ελλάδα, απαιτούνται 19 μέρες για την έναρξη λειτουργίας μιας επιχείρησης, ενώ ο μέσος όρος της ΕΕ των 27 είναι 17 μέρες (πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business 2008»). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι τα ευρήματα αυτά διαφέρουν από τα αντίστοιχα αριθμητικά στοιχεία που προέρχονται απευθείας από τα κράτη μέλη, σύμφωνα με τα οποία στην Ελλάδα απαιτούνται 15 μέρες (ο αντίστοιχος μέσος όρος στην ΕΕ των 27 είναι 8 μέρες).



Όσον αφορά τους δείκτες που καλύπτουν τους τομείς των δεξιοτήτων, το ποσοστό των ΜΜΕ που χρησιμοποιούν εφαρμογές ηλεκτρονικής μάθησης για την κατάρτιση εργαζομένων στην Ελλάδα (47%) υπερβαίνει κατά πολύ τον μέσο όρο της ΕΕ (29%), ενώ το ποσοστό του προσωπικού των ΜΜΕ που κατέχει πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης αγγίζει το 25%, βρίσκεται δηλαδή στο ίδιο επίπεδο με τον μέσο όρο της ΕΕ (30%).

Οι λίγοι δείκτες όπου η Ελλάδα υπολείπεται του μέσου όρου της ΕΕ αφορούσαν τις ηλεκτρονικές συναλλαγές. Οι ελληνικές ΜΜΕ πραγματοποίησαν λιγότερες ηλεκτρονικές αγορές και έλαβαν λιγότερες ηλεκτρονικές παραγγελίες από τις ευρωπαϊκές ομόλογές τους.

ΙΧ. Περιβάλλον

Οι λίγοι διαθέσιμοι δείκτες σε αυτόν τον τομέα της ΣΒΑ δεν δίνουν μια συνεκτική εικόνα. Παρότι το ποσοστό των ΜΜΕ που εφαρμόζουν στοιχειώδη μέτρα εξοικονόμησης ενέργειας υπολείπεται του μέσου όρου στην ΕΕ των 27, το ποσοστό των ΜΜΕ που διαθέτουν πλήρη συστήματα ενεργειακής απόδοσης είναι στο ίδιο επίπεδο με τον μέσο όρο της ΕΕ.

Χ. Διεθνοποίηση

Συνολικά, τα διαθέσιμα στοιχεία για αυτή την αρχή της ΣΒΑ τοποθετούν την Ελλάδα κάτω από το επίπεδο του μέσου όρου της ΕΕ των 27. Αυτό οφείλεται κυρίως στις χαμηλότερες του μέσου όρου τιμές των δεικτών που σχετίζονται με την απόδοση. Στην Ελλάδα απαιτούνται 20 ημερολογιακές μέρες για την εξαγωγή και 25 μέρες για την εισαγωγή προϊόντων (σε σύγκριση με 11 και 13 μέρες στην ΕΕ). Επιπλέον, το μέρος του κύκλου εργασιών που προέρχεται από εξαγωγές είναι χαμηλότερο του μέσου όρου της ΕΕ (2% έναντι 6% στην ΕΕ).

Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι μια πρόσφατη ειδική (μεμονωμένη) μελέτη που διενεργήθηκε από τη ΓΔ Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας σχετικά με τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ στην ΕΕ, με βάση μια έρευνα με αντικείμενο τις επιχειρήσεις σε όλη την ΕΕ, επεσήμανε ότι οι επιδόσεις της Ελλάδας γενικά υπερβαίνουν τους μέσους όρους της ΕΕ (το ποσοστό των ΜΜΕ με ίδιες εισαγωγές κατά την περίοδο 2006-2008, καθώς και το ποσοστό των ΜΜΕ με επενδύσεις στο εξωτερικό την περίοδο 2006-2008, ξεπερνούσαν κατά πολύ τους μέσους όρους για την ΕΕ των 27). Ωστόσο, τα εν λόγω ευρήματα βασίστηκαν σε ένα σχετικά περιορισμένο δείγμα.



3. Ελλάδα: εξελίξεις στην εφαρμογή της SBA

Λόγω της έλλειψης σειράς στατιστικών δεδομένων ληφθέντων κατά τακτά χρονικά διαστήματα, δεν είναι δυνατό να εκτιμηθεί η πρόοδος της Ελλάδας στους τομείς της SBA. Όπου το επιτρέπουν τα διαθέσιμα δεδομένα, παρουσιάζονται ανεπίσημα στοιχεία σχετικά με τις μεταβολές της κάθε μεταβλητής.

I. Επιχειρηματικότητα

Οι λίγοι διαθέσιμοι δείκτες, κυρίως αυτοί που αφορούν την επιχειρηματική δραστηριότητα (συνολική, μελλοντική, ανδρική, γυναικεία) υποδηλώνουν σταθερή επίδοση σε αυτό τον τομέα της SBA. Οι δείκτες εμφανίζουν πολύ ευμετάβλητα επίπεδα, με αποτέλεσμα να μην διαφαίνεται μια σαφής τάση. Ο δείκτης αναγκών επιχειρηματικότητας αυξήθηκε σημαντικά από 0,6 το 2008 σε 3 το 2009.

II. Δεύτερη ευκαιρία

Οι λίγοι διαθέσιμοι δείκτες για αυτόν τον τομέα της SBA παρέμειναν σταθεροί με την πάροδο του χρόνου. Το κόστος και ο χρόνος που απαιτούνται για τη διακοπή λειτουργίας μιας επιχείρησης δεν μεταβλήθηκε κατά την περίοδο 2004-2009.

III. Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις

Δεν υπάρχουν επαρκή δεδομένα για τους επιμέρους δείκτες αυτής της αρχής της SBA.

IV. Ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης

Οι διαθέσιμοι δείκτες σε αυτό τον τομέα της SBA δεν δίνουν μια συνεκτική εικόνα. Πολλοί αποκαλύπτουν μια τάση στασιμότητας αλλά υπάρχει και μια θετική εξέλιξη στο πεδίο της σύστασης επιχειρήσεων: ο αριθμός ημερών που απαιτούνται για τη σύσταση μιας επιχείρησης μειώθηκε από 38 μέρες το 2004 σε 19 μέρες το 2009 και το κόστος μειώθηκε από 32% σε 10% του κατά κεφαλή εισοδήματος κατά την ίδια περίοδο.

Το κόστος δήλωσης περιουσιακών στοιχείων μειώθηκε από 14% της αξίας των περιουσιακών στοιχείων σε 3,8%.

V. Δημόσιες συμβάσεις και κρατικές ενισχύσεις

Ο μοναδικός διαθέσιμος δείκτης για αυτή την αρχή της SBA – το ποσοστό συνολικών κρατικών ενισχύσεων που απευθύνονται σε ΜΜΕ – παρουσίασε διακυμάνσεις. Κυμάνθηκε στο εύρος 1-12% κατά την περίοδο 2000-2007.

VI. Χρηματοοικονομικά

Η πλειονότητα των διαθέσιμων δεδομένων για αυτό τον τομέα της SBA παρουσιάζουν μια τάση στασιμότητας. Σε αυτά περιλαμβάνονται οι δείκτες που μετρούν την ισχύ των νομικών δικαιωμάτων που σχετίζονται με τη δανειοληψία, το εύρος των πληροφοριών γύρω από τις πιστώσεις και η καταχώρηση σε δημόσιο μητρώο.

Ωστόσο, η καταχώρηση από ιδιωτικά γραφεία εμπορικών και οικονομικών πληροφοριών αυξήθηκε την περίοδο 2005 (11%) – 2009 (39%), ενώ το ποσοστό των μη αποπληρωθέντων οφειλών μειώθηκε σημαντικά το 2009 (από 2,2% σε 3%).

VII. Ενιαία αγορά

Σε αυτό τον τομέα της SBA υπάρχει μόνο ένας δείκτης για την Ελλάδα που διαθέτει στοιχεία συναρτήσεως του χρόνου. Το ποσοστό των εισαγωγών από την ΕΕ των 27 στις συνολικές εισαγωγές παραμένει σταθερά γύρω στο 60%.

VIII. Δεξιότητες και καινοτομία

Τα διαθέσιμα αριθμητικά στοιχεία δεν επιτρέπουν να διαφανεί κάποια σαφής τάση εξέλιξης.

Ενώ το ποσοστό των ΜΜΕ που χρησιμοποιούν εφαρμογές ηλεκτρονικής μάθησης για κατάρτιση αυξήθηκε σημαντικά από 31% το 2003 σε 47% το 2008, οι δείκτες που μετρούν τις ηλεκτρονικές αγοραπωλησίες παρέμειναν αμετάβλητοι.

IX. Περιβάλλον

Δεν υπάρχουν επαρκή δεδομένα για τους επιμέρους δείκτες αυτής της αρχής της SBA.

X. Διεθνοποίηση

Ο σχετικά γραφειοκρατικός χαρακτήρας των διαδικασιών εισαγωγών και εξαγωγών στην Ελλάδα παραμένει αμετάβλητος τα τελευταία χρόνια. Ο αριθμός των ημερολογιακών ημερών που απαιτούνται για την εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων παραμένει στις 20-25 από το 2006.



4. Εξελίξεις πολιτικής 2007-2009

Την περίοδο 2007-2009, η Ελλάδα εγκαινίασε δράσεις σε επτά τομείς της SBA, ήτοι επιχειρηματικότητα, δεύτερη ευκαιρία, προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις, ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης, χρηματοοικονομικά, δεξιότητες και καινοτομία, καθώς 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

Το 2008, εγκρίθηκε το πρόγραμμα «ENTER-Ανάδειξη και ενίσχυση επιχειρηματικότητας». Το πρόγραμμα αποσκοπεί στην ανάπτυξη ικανοτήτων επιχειρηματικότητας σε (υπάρχοντες ή εν δυνάμει) επιχειρηματίες. Για το σκοπό αυτό, παρέχονται προγράμματα κατάρτισης και καθοδήγησης. Για την έναρξη νέων επιχειρήσεων με το καλύτερο δυνατό επιχειρηματικό σχέδιο προσφέρονται συγκεκριμένες υπηρεσίες ανάπτυξης (θερμοκοιτίδες) σε ειδικές εγκαταστάσεις που βρίσκονται σε ελληνικά επιστημονικά και τεχνολογικά πάρκα.

Το ελληνικό Υπουργείο Ανάπτυξης εγκαινίασε ένα νέο πρόγραμμα με τίτλο «Ανταγωνιστικότητα και επιχειρηματικότητα» (EPAN II) για την περίοδο 2007–2013. Το πρόγραμμα, το οποίο συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, συνεχίζει και επεκτείνει τις επιτυχημένες δράσεις του πρώτου Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» που αναπτύχθηκε την περίοδο 2000–2006. Το νέο αυτό πρόγραμμα αποδίδει ιδιαίτερη προσοχή στην υποστήριξη της επιχειρηματικότητας των νέων και των γυναικών (υλοποιείται από τον Ελληνικό Οργανισμό Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας-EOMMEX).

Τέλος, από το 2003, όλα τα ελληνικά πανεπιστήμια προσφέρουν ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα με αντικείμενο την επιχειρηματικότητα, τα οποία απευθύνονται σε προπτυχιακούς φοιτητές (στο πλαίσιο του προγράμματος σπουδών) ή/και τις λεγόμενες Υπηρεσίες Επιχειρηματικότητας, στο πλαίσιο των γραφείων σταδιοδρομίας. Τα γραφεία αυτά συμβάλλουν στην προσπάθεια υποστήριξης της επιχειρηματικότητας των νέων μεταξύ των φοιτητών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Αυτά τα ειδικά εκπαιδευτικά προγράμματα είναι προϊόν κυβερνητικής πολιτικής (Υπουργείο Παιδείας, Δια Βίου Μάθησης και Θρησκευμάτων, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Εκπαίδευσης και Αρχικής Επαγγελματικής Κατάρτισης).

II. Δεύτερη ευκαιρία

Το 2007, εγκρίθηκε ο ελληνικός πτωχευτικός κώδικας. Ο νέος αυτός κώδικας (ΦΕΚ Α') σχεδιάστηκε σύμφωνα με τις ακόλουθες αρχές: i) αποδίδεται προτεραιότητα στη

διάσωση επιχειρήσεων, ii) διευρύνονται οι δυνατότητες δεύτερης ευκαιρίας, iii) η αρχή «της καλής πίστης» αντιμετωπίζεται με περισσότερη επιείκεια σε σχέση με το παρελθόν, iv) τελειώνουν πολύ πιο γρήγορες διαδικασίες πτώχευσης σε περίπτωση που αποτύχουν οι απόπειρες ανασυγκρότησης της επιχείρησης, v) εξασφαλίζεται μεγαλύτερη διαφάνεια, vi) θεσπίζονται διαδικασίες συμβιβασμού, vii) προβλέπεται ειδική μεταχείριση για πτωχεύσεις μικρής κλίμακας.

III. Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις

Το πρόγραμμα «ΠΟΛΙΤΕΙΑ 2008-2010», που αποτελεί συνέχεια του προγράμματος «ΠΟΛΙΤΕΙΑ 2005-2007», έχει στόχο την απλοποίηση των υφιστάμενων νομικών κανονισμών που αφορούν τις επιχειρήσεις (π.χ. το Μέτρο 1.3. Εξυπηρέτηση Πολιτών και Επιχειρήσεων). Προτεραιότητα αποδίδεται στη νομοθεσία, ιδιαίτερα όταν αφορά πολλούς τομείς της ελληνικής οικονομίας, π.χ. επικοινωνίες, ανταγωνισμός και επιχειρηματικές δραστηριότητες, μεταφορές, ενέργεια και εμπόριο. Επιπλέον, η Γενική Γραμματεία Δημόσιας Διοίκησης, σε συνεργασία με άλλα ελληνικά υπουργεία, εισήγαγε μια σειρά από απλοποιήσεις στις υφιστάμενες διοικητικές διαδικασίες, ιδιαίτερα σε σχέση με τις ελληνικές ΜΜΕ.

Επίσης, αναπτύχθηκαν διάφορα προγράμματα κατάρτισης για δημόσιους υπαλλήλους με σκοπό τη μεγαλύτερη ευαισθητοποίησή τους απέναντι στις ανάγκες των ελληνικών μικρών επιχειρήσεων (π.χ. Πρόγραμμα: «ΠΟΛΙΤΕΙΑ 2008-2010», Υποπρόγραμμα 4: Ενδυνάμωση Ανθρώπινου Δυναμικού, Μέτρο 4.2.: Στοχευμένη Εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού της Δημόσιας Διοίκησης).

IV. Ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης

Το ελληνικό Υπουργείο Ανάπτυξης αναμόρφωσε τον δικτυακό τόπο του το 2008, προκειμένου να τον καταστήσει πιο φιλικό προς το χρήστη, ιδιαίτερα όσον αφορά την πληροφόρηση σχετικά με τη νομοθεσία, τις διαδικασίες και τα έγγραφα, καθώς και σχετικά με την χωροθεσία των γραφείων που ασχολούνται με τη δημιουργία και λειτουργία μιας επιχείρησης.



Τέλος, η ελληνική κυβέρνηση ίδρυσε το 2007 το φορέα «Επενδύσεις στην Ελλάδα» για την προώθηση και διευκόλυνση των ιδιωτικών επενδύσεων, τόσο εγχώριων όσο και στο εξωτερικό. Ο φορέας καθοδηγεί τους επενδυτές σε κάθε βήμα της επενδυτικής διαδικασίας και παρέχει ουσιαστική υποστήριξη για συνεχιζόμενες δραστηριότητες ή έργα επέκτασης.

V. Δημόσιες συμβάσεις και κρατικές ενισχύσεις

Δεν αναφέρθηκαν πρωτοβουλίες πολιτικής σχετικές με τον εν λόγω τομέα.

VI. Χρηματοοικονομικά

Το 2009, θεσπίστηκε το λεγόμενο Πρόγραμμα ΤΕΜΠΜΕ – «Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων», με σκοπό τη διευκόλυνση της πρόσβασης μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, παρέχοντας εγγυήσεις και αναλαμβάνοντας μέρος του οικονομικού και εμπορικού κινδύνου. Το πρόγραμμα χρηματοδοτείται με προϋπολογισμό 5 δισ. ευρώ.

VII. Ενιαία αγορά

Δεν αναφέρθηκαν πρωτοβουλίες πολιτικής σχετικές με τον εν λόγω τομέα.

VIII. Δεξιότητες και καινοτομία

Κύριοι στόχοι του Επιχειρησιακού Προγράμματος (ΕΠ) «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» για την περίοδο 2007-2013 είναι:

- αναβάθμιση της ποιότητας της εκπαίδευσης και προαγωγή της κοινωνικής ένταξης,
- αναβάθμιση των συστημάτων αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης και επαγγελματικής εκπαίδευσης, καθώς και σύνδεση της εκπαίδευσης με την αγορά εργασίας,
- ενίσχυση του ανθρώπινου κεφαλαίου με σκοπό την προαγωγή της έρευνας και της καινοτομίας,
- μεταρρυθμίσεις στο εκπαιδευτικό σύστημα έτσι ώστε η δια βίου μάθηση να γίνει πραγματικότητα για όλους,
- αναθεώρηση των προγραμμάτων σπουδών, επιτάχυνση του ρυθμού υιοθέτησης νέων τεχνολογιών και αναδιάρθρωση της επαγγελματικής κατάρτισης σε διάφορους τομείς.

Η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας ανέπτυξε δύο νέα προγράμματα στο πλαίσιο του ελληνικού στρατηγικού σχεδίου Έρευνας, Τεχνολογικής Ανάπτυξης και Καινοτομίας (ΕΤΑΚ) 2007-2013.

Από τη μία πλευρά, το πρόγραμμα «Γνώση-Αριστεία» έχει στόχο την προώθηση δραστηριοτήτων για την παραγωγή ερευνητικών αποτελεσμάτων, περιλαμβάνει δε μια σειρά από δραστηριότητες, όπως:

- εθνικούς τομεακούς πόλους Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΕΤΑ),
- συνεργασίες μεταξύ φορέων παραγωγής και έρευνας & τεχνολογίας,
- διεθνείς συνεργασίας έρευνας & τεχνολογίας,
- επέκταση της υποδομής έρευνας & τεχνολογίας, κλπ.

Από την άλλη πλευρά, το πρόγραμμα «ΑΞΙΑ» έχει στόχο τη διευκόλυνση της μετάβασης από ερευνητικά αποτελέσματα σε εμπορεύσιμα προϊόντα.

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΕΠ) «Αναγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» αναλύει τη στρατηγική ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο της συνολικής εθνικής στρατηγικής ανάπτυξης για τη νέα περίοδο 2007-2013. Συγκεκριμένα, ο Άξονας Προτεραιότητας 1 «Δημιουργία και αξιοποίηση της Καινοτομίας υποστηριζόμενης από Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη» έχει στόχο την επιτάχυνση της μετάβασης σε μια οικονομία της γνώσης, την ένταξη της έρευνας, της τεχνολογίας και της καινοτομίας στον παραγωγικό ιστό της χώρας, ως τις κύριες κινητήριες δυνάμεις ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας, καθώς και την ευρεία διάδοση των αποτελεσμάτων έρευνας και καινοτομίας στην ελληνική οικονομία και κοινωνία.

Επίσης, ο Άξονας 1 του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Αναγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» με τίτλο «Δημιουργία και αξιοποίηση της Καινοτομίας υποστηριζόμενης από Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη» περιλαμβάνει τη δράση «Συνεργασία» (βλ. και αρχή Χ).

IX. Περιβάλλον

Δεν αναφέρθηκαν πρωτοβουλίες πολιτικής σχετικές με τον εν λόγω τομέα.

X. Διεθνοποίηση

Οι πρωτοβουλίες πολιτικής που αναλήφθηκαν στον εν λόγω τομέα είναι:

- Ο φορέας «Επενδύσεις στην Ελλάδα» εγκαινίασε τον Οκτώβριο του 2008 το ενιαίο σχέδιο «Συνεργασία». Οι κύριοι στόχοι του εν λόγω σχεδίου είναι η προώθηση της Ελλάδας στο πλαίσιο της διεθνούς επενδυτικής κοινότητας, η διεύρυνση της εμβέλειας των ελληνικών περιφερειών και, τέλος, η ενίσχυση της περαιτέρω συνεργασίας με τις τοπικές κοινότητες για τη διευκόλυνση των ξένων επενδύσεων στις ελληνικές περιφέρειες.



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 ελληνικές ΜΜΕ

Τίτλος του σχεδίου: Κουπόνια Καινοτομίας για ΜΜΕ

Το σχέδιο θεσπίστηκε το Μάρτιο του 2009 και αναμένεται να διαρκέσει έως το 2013. Υλοποιείται από τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ) του ελληνικού Υπουργείου Ανάπτυξης.

Το σχέδιο έχει άμεσο στόχο να υποστηρίξει τις ΜΜΕ των τομέων μεταποίησης και λογισμικού για την αγορά καινοτόμων συμβουλευτικών υπηρεσιών και τεχνογνωσίας από φορείς καινοτομίας. Έμμεσα, το σχέδιο έχει επίσης στόχο να υποστηρίξει μια σειρά από ελληνικούς οργανισμούς (π.χ. δημόσια εργαστήρια πανεπιστημίων, τεχνολογικά ιδρύματα, ερευνητικά κέντρα ή επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας) ώστε να μπορέσουν να παρέχουν υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας/εντατικής γνώσης στις ΜΜΕ («φορείς καινοτομίας»).

Από διαδικαστική άποψη, το σχέδιο λειτουργεί ως εξής: η αιτούσα ΜΜΕ καλείται να εντοπίσει ένα πρόβλημα που απαιτεί τεχνογνωσία ή εμπειρογνωμοσύνη η οποία παρέχεται από έναν εξωτερικό φορέα καινοτομίας. Τα κουπόνια, αξίας 7000 ευρώ το καθένα, χορηγούνται στις αιτούσες επιχειρήσεις και ανταλλάσσονται με υπηρεσίες εμπειρογνωμοσύνης και συμβούλων που παρέχονται από τους φορείς καινοτομίας. Η όποια επιπλέον αξία των εν λόγω υπηρεσιών, καθώς και ο αντίστοιχος ΦΠΑ, καλύπτονται από τους αιτούντες. Κάθε αιτών δικαιούται μόνο ένα κουπόνι. Οι αιτήσεις επιλέγονται με βάση τις ημερομηνίες καταχώρησής τους και τη διαθεσιμότητα κονδυλίων στο σχετικό επιχειρησιακό πρόγραμμα (υπήρξαν έξι τέτοια επιχειρησιακά προγράμματα). Οι ΜΜΕ μπορούν να συνδυάσουν τα κουπόνια τους για υπηρεσίες συμβούλων αξίας άνω των 7000 ευρώ. Η διάρκεια κάθε έργου περιορίζεται σε τέσσερις μήνες. Στο τέλος, ο δικαιούχος μεταβιβάζει το κουπόνι του στο φορέα καινοτομίας, ο οποίος μπορεί να παραλάβει το οικονομικό αντίκρισμα από τις αρχές χρηματοδότησης.



Παράρτημα Ι: Επιλεγμένοι δείκτες της SBA για την Ελλάδα

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 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
Ι. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ				
1.1 Επιθυμία για αυτοαπασχόληση	47,00	30,71	2007	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 192
1.2 Ποσοστό συμμετοχής στην επιχειρηματική εκπαίδευση	μ/δ	32,33	πριν από το 2005	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 192
1.3 Επιχειρηματικότητα ως ευκαιρία	37,00	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	33,00	23,72	2007	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο 192
1.5 Βαθμός στον οποίο η σχολική εκπαίδευση συνέβαλε στην ανάπτυξη επιχειρηματικής νοοτροπίας (%)	50,70	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	μ/δ	10,37	μ/δ	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	0,20	0,11	2007	EIM Business & Policy Research
1.13 Δείκτης συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας	9,86	5,85	2008	Global Entrepreneurship Monitor
1.16 Αναλογία ευκαιριών/αναγκών επιχειρηματικότητας	2,21	6,24	2008	Global Entrepreneurship Monitor



Δείκτης	Πλέον πρόσφατη τιμή χώρας	Μέσος όρος απόλυτης τιμής στην ΕΕ*	Έτος αναφοράς για την τιμή χώρας	Πηγή
II. ΔΕΥΤΕΡΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ				
2.1 Βαθμός υποστήριξης για την παροχή δεύτερης ευκαιρίας (% υπέρ)	89,00	79,80	2007	Έκτακτο Ευρωβαρόμετρο του 2007 για το επιχειρηματικό πνεύμα
2.2 Κόστος (% των περιουσιακών στοιχείων) για τη διακοπή λειτουργίας μιας επιχείρησης	9,00	10,72	2009	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
2.3 Χρόνος σε έτη που απαιτούνται για τη διακοπή λειτουργίας μιας επιχείρησης	2,00	2,09	2009	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
III. ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ				
3.1 Ποσοστό υποστήριξης των ισχυόντων κανονισμών από τις ΜΜΕ	41,00	34,33	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
3.2 Χρόνος που απαιτείται για τη συμμόρφωση με τις διοικητικές υποχρεώσεις (% του συνολικού εργάσιμου χρόνου των ΜΜΕ)	4,00	7,48	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
3.3 Προβλήματα με τους διοικητικούς κανονισμούς	28,80	32,68	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
IV. ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ				
4.1 Αριθμός ημερών που απαιτούνται για την έναρξη λειτουργίας μιας επιχείρησης	19,00	17,20	2009	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.2 Κόστος έναρξης λειτουργίας μιας επιχείρησης (% του κατά κεφαλή εισοδήματος)	10,20	5,21	2009	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.6 Κόστος (% της αξίας των περιουσιακών στοιχείων) για τη δήλωση περιουσιακών στοιχείων	3,80	4,54	2009	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.7 Επιβολή συμβατικών υποχρεώσεων – κόστος (% της αξίωσης)	14,40	19,80	2009	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	15,00	6,16	2007	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.14 Αριθμός διαδικασιών που απαιτούνται για τη δήλωση περιουσιακών στοιχείων	11,00	5,16	2009	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
4.15 Αριθμός ημερών που απαιτούνται για τη δήλωση περιουσιακών στοιχείων	22,00	61,12	2009	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
V. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΥΜΒΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΡΑΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ				
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	8,00	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
VI. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ				
6.1 Επιχειρηματικό κεφάλαιο – αρχικό στάδιο σε σχέση με το ΑΕγχΠ	0,00	0,02	2007	ECVA
6.2 Επιχειρηματικό κεφάλαιο – στάδιο επέκτασης σε σχέση με το ΑΕγχΠ	0,01	0,08	2007	ECVA
6.3 Μέγεθος εγγυήσεων για ΜΜΕ (σε σχέση με το ΑΕγχΠ)	0,04	0,24	2007	Δείκτης χρηματοδότησης επιχειρήσεων
6.4 Δανειοληψία: Δείκτης ισχύος νομικών δικαιωμάτων (0-10)	3,00	6,64	2009	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
6.5 Δανειοληψία: Δείκτης εύρους πιστωτικών πληροφοριών (0-6)	4,00	4,52	2009	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	0,82	1,00	2009	Στατιστικά στοιχεία της ΕΚΤ σχετικά με τα επιτόκια των NXI
6.9 Μέση καθυστέρηση στις πληρωμές (% του μέσου αριθμού ημερών σύμβασης)	30,00	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	24,80	21,06	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
VII. ΕΝΙΑΙΑ ΑΓΟΡΑ				
7.1 Μέση καθυστέρηση μεταφοράς για καθυστερημένες οδηγίες – σε μήνες	10,90	9,86	2008	ΓΔ Εσωτερική Αγορά
7.2 Οδηγίες περί ενιαίας αγοράς – % μεταφοράς ή κοινοποίησης	98,60	98,96	2008	Πίνακας αποτελεσμάτων για την εσωτερική αγορά
7.3 Αριθμός οδηγιών καθυστερημένων κατά 2 έτη	3,00	2,28	2008	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)	μ/δ	0,03	μ/δ	Πιλοτική μελέτη της Eurostat για το εξωτερικό εμπόριο
VIII. ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ				
8.1 Ποσοστό επιχειρήσεων που πραγματοποίησαν ηλεκτρονικές αγορές το τελευταίο ημερολογιακό έτος (ΜΜΕ: 10-250 εργαζόμενοι)	10,00	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)	7,00	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)	32,70	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)	34,42	27,28	2006	EUROSTAT, CIS



Δείκτης	Πλέον πρόσφατη τιμή χώρας	Μέσος όρος απόλυτης τιμής στην ΕΕ*	Έτος αναφοράς για την τιμή χώρας	Πηγή
8.5 Καινοτόμες ΜΜΕ που συνεργάζονται με άλλους, ως ποσοστό επί του συνολικού αριθμού των ΜΜΕ (10-250 εργαζόμενοι)	13,30	11,62	2006	EUROSTAT, CIS
8.6 ΜΜΕ με καινοτόμες δραστηριότητες (10-250 εργαζόμενοι)	40,00	35,59	2006	EUROSTAT, CIS
8.7 Ποσοστό ΜΜΕ που παρουσιάζουν νέα προϊόντα ή έσοδα από νέα προϊόντα	68,70	63,77	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
8.8 Μέρος του κύκλου εργασιών των ΜΜΕ που προέρχεται από νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα και υπηρεσίες	16,00	12,30	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
8.9 Ποσοστό του προσωπικού των ΜΜΕ που κατέχει πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης	25,00	30,44	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
ΙΧ. ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ				
9.1 Ποσοστό ΜΜΕ που διαθέτουν πλήρη συστήματα ενεργειακής απόδοσης	4,00	4,26	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
9.2 Ποσοστό ΜΜΕ που εφαρμόζουν στοιχειώδη μέτρα εξοικονόμησης ενέργειας	22,00	28,44	2007	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
Χ. ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ				
10.1 Μέρος του κύκλου εργασιών που προέρχεται από εξαγωγές (% του συνόλου)	2,00	5,58	2006	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
10.2 Ποσοστό ΜΜΕ που έχουν έσοδα από θυγατρικές εταιρείες ή/και κοινοπραξίες στο εξωτερικό (%)	5,80	4,76	2006	Παρατηρητήριο Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
10.4 Αριθμός ημερών που απαιτούνται για την εξαγωγή προϊόντων	20,00	11,25	2009	Παγκόσμια Τράπεζα, «Doing Business»
10.5 Αριθμός ημερών που απαιτούνται για την εισαγωγή προϊόντων	25,00	13,44	2009	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	69,58	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	34,06	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	8,62	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.