

Mirosław Moroz

Wsparcie e-biznesu w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka : istota, zasady i realizacja działania 8.1

Ekonomiczne Problemy Usług nr 68, 58-66

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

MIROŚLAW MOROZ

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

**WSPARCIE E-BIZNESU W RAMACH PROGRAMU OPERACYJNEGO
INNOWACYJNA GOSPODARKA – ISTOTA, ZASADY I REALIZACJA DZIAŁANIA 8.1**

Wprowadzenie

Biznes internetowy jest jednym z dynamicznie rozwijających się obszarów polskiej gospodarki. Ministerstwo Gospodarki szacuje, że pod koniec 2010 roku sektor firm internetowych wart był ponad 20 mld zł¹. Biznes internetowy (e-biznes) polega na uruchomieniu i prowadzeniu działalności gospodarczej w przestrzeni wirtualnej. E-biznes składa się z kilku segmentów, takich jak: e-usługi (m.in. portale, porównywarki, serwisy społecznościowe, aplikacje internetowe), e-marketing (m.in. usługi reklamowe *on-line*, pozycjonowanie, sieci reklamowe) oraz handel elektroniczny (sklepy internetowe, wirtualne pasażę, serwisy aukcyjne).

Rozwój e-biznesu od początku opierał się na indywidualnej przedsiębiorczości i prywatnym kapitale. Firmy internetowe operują na wysoce konkurencyjnym rynku, o globalnym charakterze i dużej zmienności. Bardzo często pomysły na biznes internetowy mają innowacyjny charakter. Aby wspomóc tego typu projekty, państwo postanowiło uruchomić programy nakierowane na dofinansowanie wybranych przedsięwzięć internetowych, rokujących nadzieję na ekspansję międzynarodową. Uruchomiono działania 8.1 i 8.2 w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (PO IG).

Celem niniejszego opracowania jest przeprowadzenie analizy i oceny dotychczasowych założeń, zasad i efektów realizacji Działania 8.1 Programu Operacyjnego

¹ A. Milcz: *Wprowadź się do Internetu*, „Rzeczpospolita”, 17.11.2010, http://www.rp.pl/artukul/9211,565178_Wprowadz-sie-do-Internetu.html

go Innowacyjna Gospodarka. Ze względu na ograniczoną objętość artykułu w rozważaniach pominięto bliźniaczy program wsparcia – Działanie 8.2 PO IG.

1. Tendencje rozwojowe biznesu internetowego w Polsce

Biznes internetowy powstał na kanwie gospodarczego zastosowania Internetu. Polega on na funkcjonowaniu w wirtualnej przestrzeni (biznes w Internecie). Możliwości informacyjne, komunikacyjne oraz transakcyjne pozwoliły na uruchomienie i prowadzenie działalności gospodarczej w Internecie. Przykładami tego typu przedsięwzięć są portale, serwisy społecznościowe, firmy zajmujące się pozycjonowaniem i sklepy internetowe. Mimo relatywnie wczesnej fazy życia sektora, jako że początków e-biznesu można doszukać się w pierwszej połowie lat 90. XX wieku, ukształtowały się segmenty rynkowe. W tym kontekście można wyróżnić²:

- serwisy i usługi internetowe: portale, serwisy ogłoszeniowe, serwisy społecznościowe, wortale, współdzielenie się filmami, porównywarki cenowe itp.;
- agencje e-marketingowe: agencje interaktywne, agencje SEO/SEM, internetowe sieci reklamowe;
- e-commerce: sklepy internetowe, serwisy aukcyjne, wirtualne pasażer.

Prezentowane segmenty e-biznesu należy uzupełnić o firmy obsługujące, takie jak producenci oprogramowania, firmy hostingowe, obsługa płatności internetowych. Wymienione przedsiębiorstwa nie mają charakteru internetowego *sensu stricto*, jednakże bez ich współdziałania nie byłoby możliwe sprawne funkcjonowanie firm internetowych.

Każdy z prezentowanych segmentów ma swoją specyfikę funkcjonowania, przejawiającą się w wymaganych nakładach, obowiązujących przepisach prawa i uzansach, intensyfikacji konkurencji i zmienności otoczenia. Jednakże każdy z nich znajduje się w fazie wzrostowej. Największy pod względem wartości segment e-biznesu – handel elektroniczny, zwiększył obroty w 2010 roku do 15,5 mld zł³. Oznacza to dynamikę rzędu 17,40% w stosunku do roku 2009 i 40,9% w stosunku do roku 2008. Warto odnotować, że powyższy przyrost obrotów e-commerce miał miejsce w warunkach spowolnienia gospodarczego w Polsce i kryzysu gospodarczego w Europie Zachodniej i USA.

Podobnie wygląda sytuacja drugiego pod względem generowanych obrotów segmentu e-biznesu: serwisów i usług internetowych. Tego typu przedsięwzięcia uzyskują przychody przede wszystkim z tytułu sprzedaży nośników reklamy,

² M. Grzechowiak *et al.*: *Internet 2k10*, International Data Group Poland SA, Warszawa 2010, http://files.idg.pl/news/Raport_Internet_2k10.zip, s. 6.

³ P. Mazurkiewicz: *Polacy szturmują sklepy w sieci*, „Rzeczpospolita”, 2.02.2011, http://www.rp.pl/artukul/72960,603756_Polacy-szturmuja-sklepy-w-sieci.html

a także różnego rodzaju abonamentów, treści, płatnych funkcji (także w modelu *freemium*). W 2010 roku dynamika przyrostu wpływów reklamowych osiągnęła około 20% i sięgnęła wartości 1,6 mld zł⁴. Wzrost przychodów miał miejsce również z tytułu pozostałych źródeł przychodu w omawianym segmencie. Szacować można, że stanowią one co najmniej 1,5 mld zł⁵.

Przyszłość e-biznesu wygląda pozytywnie. Składa się na to szereg przesłanek. Po pierwsze, w aktywność zawodową wchodzi pokolenie Y, którego jedną z podstawowych cech jest przywiązanie do użytkowania technologii teleinformatycznych. Dla pokolenia Y wszelkie czynności zawodowe, takie jak zakładanie biznesu w Internecie, kontakt rówieśnikami czy dopełnienie formalności urzędowych, powinny odbywać się przez Internet⁶. Po drugie, obecnie w Polsce uruchamiane są projekty z zakresu e-administracji, które upowszechnią ideę elektronicznego załatwiania spraw. Przede wszystkim chodzi tutaj o wydawanie nowych dowodów osobistych z wszytą funkcją podpisu cyfrowego. Po trzecie, w zakresie e-biznesu i społeczeństwa informacyjnego Polskę dzieli dystans do przodujących państw, takich jak USA czy kraje nordyckie. Patrząc przez pryzmat takich wskaźników, jak penetracja Internetu, udział *e-commerce*'u w handlu detalicznym, szerokopasmowy dostęp do Internetu itp., wiele zostało do zrobienia. Stwarza to naturalny potencjał do wzrostu w porównaniu do państw bardziej zaawansowanych pod kątem e-biznesu.

Przytoczone wyżej trendy nie oznaczają, że każdy nowy biznes w Internecie będzie sukcesem. Szacuje się, że w polskiej przestrzeni Internetu codziennie swój byt kończą dwie internetowe firmy. Z drugiej strony w ciągu tego samego dnia uruchamianych jest pięć nowych przedsięwzięć internetowych⁷.

⁴ ele: *Rekordowy wzrost reklamy internetowej w Polsce*, „Rzeczpospolita”, 22.12.2010, <http://www.rp.pl/artykul/9211,582831-Rekordowy-wzrost-reklamy-internetowej.html>

⁵ M. Fura: *Największe portale stawiają na e-pocztę*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 10.12.2010, http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/471038,najwieksze_portale_stawiaja_na_e_poczcie.html; M. Lemańska: *Coraz więcej pieniędzy z cyfrowej rozrywki w Polsce*, „Rzeczpospolita”, 01.09.2010, <http://www.rp.pl/artykul/9211,529708-Coraz-wiecej-pieniedzy-z-cyfrowej-rozrywki-w-Polsce.html>

⁶ J. Solska: *Raport: Pokolenie Y na rynku pracy. Młodość idzie w kłapkach*, „Polityka”, 13.10.2009, <http://www.polityka.pl/rynek/gospodarka/270628,1,raport-pokolenie-y-na-ryнку-pracy.read>

⁷ M. Ścibior: *Polski e-commerce na zakręcie?*, „Internet Standard”, 7.10.2008, <http://www.internetstandard.pl/news/169511/Polski.e.commerce.na.zakrecie.html>

2. Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka – założenia i charakterystyka w odniesieniu do e-biznesu

Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, uruchomiony 2 października 2007 roku, jest jednym z instrumentów polityki gospodarczej państwa nakierowanej na podniesienie poziomu innowacyjności polskich przedsiębiorstw. Istotą wdrożenia omawianego programu jest bowiem wspieranie innowacyjności rozumianej jako wprowadzenie do praktyki gospodarczej nowego lub znacząco ulepszonego rozwiązania w odniesieniu do produktu (towaru lub usługi), procesu, marketingu lub organizacji⁸. Podstawowym celem programu jest unowocześnienie polskiej gospodarki, poprawa jej konkurencyjności na rynku międzynarodowym oraz stworzenie rezerwuaru miejsc pracy opartych na wiedzy.

PO IG jest realizowany w latach 2007–2013. Składa się z ośmiu obszarów priorytetowych, tzw. osi. Każda oś ma swój budżet⁹:

1. Badania i rozwój nowoczesnych technologii – 1299,27 mln euro.
2. Infrastruktura sfery B+R – 1299,27 mln euro.
3. Kapitał dla innowacji – 340,00 mln euro.
4. Inwestycje w innowacyjne przedsięwzięcia – 3429,71 mln euro.
5. Dyfuzja innowacji – 398,99 mln euro.
6. Polska gospodarka na rynku międzynarodowym – 410,63 mln euro.
7. Społeczeństwo informacyjne, budowa elektronicznej administracji – 788,24 mln euro.
8. Społeczeństwo informacyjne, zwiększanie innowacyjności gospodarki – 1415,86 mln euro.

Analiza budżetu poszczególnych priorytetów wskazuje na wysoką pozycję przedsięwzięć nakierowanych na e-biznes. Działania związane z firmami internetowymi są na drugim miejscu pod względem zaplanowanych wydatków. W ramach osi ósmej występują dwa działania przeznaczone bezpośrednio dla przedsiębiorców: Działanie 8.1 *Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej* oraz Działanie 8.2 *Wspieranie wdrażania elektronicznego biznesu typu B2B*. W całym okresie programowania 2007–2013 na Działanie 8.1 zarezerwowano 390 mln euro, a na 8.2 – 460 mln¹⁰.

Przewidywane są określone efekty realizacji działań 8.1 i 8.2 PO IG do 2013 roku. Cele w zakresie wymienionych dwóch działań to: uruchomienie 11,4 tys.

⁸ Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007–2013. Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007–2013, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2007, s. 6.

⁹ *Wsparcie dla przedsiębiorców. Wprowadzenie*, „Innowacyjni”, Biuletyn Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007, nr 1, s. 3.

¹⁰ *Informacje o działaniach 8.1 i 8.2 PO IG*, Portal Informacyjny E-biznesu, http://www.web.gov.pl/informacje-podstawowe-o-dofinansowaniu/38_18_informacje-o-dzialaniach-8-1-i-8-2-po-ig.html

przedsiębiorstw internetowych, wzrost liczby usług elektronicznych do 11 tys. (8.1), powstanie 17,5 tys. miejsc pracy (8.1, 8.2)¹¹.

Tabela 1
Warunki otrzymania dofinansowania w ramach działań 8.1 i 8.2 PO IG

Kryterium	Działanie 8.1	Działanie 8.2
Typ przedsiębiorstwa:	mikro- i mali przedsiębiorcy prowadzący działalność nie dłużej niż 12 miesięcy	mikro-, mali lub średni przedsiębiorcy
Cel dofinansowania:	<ul style="list-style-type: none"> – świadczenie e-usług, – tworzenie produktów cyfrowych potrzebnych do świadczenia e-usług 	<ul style="list-style-type: none"> – realizacja procesów biznesowych w formie elektronicznej pomiędzy firmami (B2B), – automatyzacja wymiany danych pomiędzy systemami informatycznymi współpracujących firm
Wysokość dofinansowania:	<ul style="list-style-type: none"> – dofinansowanie może pokryć do 70% wydatków w projekcie (wydatków kwalifikowanych), – maksymalna kwota wynosi 175 tys. euro zgodnie z zasadą pomocy <i>de minimis</i> 	<p>może pokryć wydatki kwalifikowane do:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 85% wydatków na działania informacyjne i wynagrodzenia (przy spełnieniu dodatkowych warunków), – 40%–70% wydatków na nowe inwestycje (w zależności od regionu), – 50% wydatków na doradztwo, – 25% wydatków na szkolenia specjalistyczne
Czas trwania projektu:	do 2 lat	do dwóch lat
Wymagania:	<ul style="list-style-type: none"> – wytworzenie, świadczenie i aktualizacja co najmniej jednej e-usługi, – kontynuowanie działalności przez 3 lata od zakończenie projektu 	<ul style="list-style-type: none"> – firma składająca wniosek musi współpracować co najmniej z 2 innymi firmami na podstawie zawartych umów i planować rozpoczęcie lub rozwój rozwiązań elektronicznych służących do tej współpracy, – istnieje wymóg kontynuowania działalności przez 3 lata od zakończenie projektu

Źródło: opracowanie własne na podstawie: *Informacje o działaniach 8.1 i 8.2 PO IG*, Portal Informacyjny E-biznesu..., *op. cit.*

Istota realizacji projektów w ramach działań 8.1 i 8.2 polega na otrzymaniu bezzwrotnego dofinansowania poprzez refundację wydatków kwalifikowanych zainwestowanych w dane przedsięwzięcie (projekt). Jednakże aby stać się benefi-

¹¹ Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka 2007–2013..., *op.cit.*, s. 131–132.

cjentem programu, należy spełnić szereg wymagań. Podstawowe wymagania ujęto w tabeli 1.

3. Analiza i ocena realizacji Działania 8.1

Półmetek funkcjonowania Działania 8.1 PO IG potwierdza duże zainteresowanie programem wśród przedsiębiorców. Dotychczas zrealizowano 5 rund konkursowych w latach 2008, 2009 i 2010. Ich wyniki przedstawiono w tabeli 2.

Tabela 2

Liczba oraz wartość złożonych i zaakceptowanych wniosków w ramach Działania 8.1 PO IG

Data konkursu	Runda konkursu				
	15.09 – 26.09.2008	2.03 – 5.03.2009	13.07 – 16.07.2009	26.10 – 29.10.2009	30.07 – 30.09.2010
Liczba wniosków	449	822	1329	2816	1852
Liczba wniosków zaakceptowanych	221	352	434	388	NA*
Wnioskowana wartość dotacji (mln zł)	193	492	898	1896	NA
Przyznana wartość dotacji (mln zł)	92	212	278	233	NA

*NA – nieopracowana zbiorcza lista zaakceptowanych wniosków z konkursu przeprowadzonego w 2010 r.

Źródło: Osiecki A.: *Będzie kontrola projektów internetowych*, „Rzeczpospolita”, 19.08.2010, http://www.rp.pl/artukul/9211,524567_Bedzie_kontrola_projektow_internetowych.html; *Lista wniosków zatwierdzonych do dofinansowania*, PARP 2010, <http://poig.parp.gov.pl/index/index/910>; *Pierwszy elektroniczny nabór wniosków na e-dotacje zakończył się sukcesem. W Generatorze Wniosków zarejestrowano 1852 wnioski*, PARP 2010, <http://www.parp.gov.pl/index/more/17867>

Jak wskazują dane zamieszczone w tabeli 2, z konkursu na konkurs przybywa chętnych na założenie nowego biznesu internetowego. Wyjątkiem jest ostatni konkurs, z roku 2010, którego wyniki są jeszcze nieopracowane. Otóż od ostatniego przeprowadzonego konkursu znacznie zaostrzono kryteria merytoryczne przyznania dofinansowania. Nowe kryteria w sposób bezwzględny nastawione były na promocję projektów o charakterze międzynarodowym. Zwiększyła się też liczba kryte-

riów, które wniosek musi spełnić. O ile wcześniej było to 9 kryteriów merytorycznych, o tyle w ostatnim konkursie przybyło 7 nowych. Dodatkowo zmniejszono maksymalną kwotę dofinansowania z 850 tys. zł na 490 tys. Wszystkie te czynniki razem wzięte przełożyły się na spadek zainteresowania potencjalnych beneficjentów.

Warto zauważyć, że spada procent pozytywnie ocenionych wniosków. O ile w pierwszym konkursie było to 49,2%, to w ostatniej edycji, z 2009 roku – 13,7%. Autor szacuje, że udział zaakceptowanych wniosków w konkursie z 2010 roku będzie niższy i osiągnie poziom 3–5%, przy czym bardziej prawdopodobna jest dolna granica szacowanego przedziału. Zmniejszenie liczby udzielanych dotacji wynika z radykalnego zaostrzenia kryteriów oceny merytorycznej. W porównaniu do poprzednich konkursów projekt musi być dopracowany pod każdym względem (rynkowym, finansowym, organizacyjnym), a przede wszystkim musi być idealnie opisany. Co więcej, dofinansowane są te projekty, które mają szansę zaistnieć nie tylko w Polsce, ale w skali Europy lub świata. Takie ustawienie kryteriów oceny ma swoje źródło w zarzutach dotyczących zbytnej łagodności wcześniejszych ocen, co skutkowało dofinansowaniem projektów o nikłej rentowności i zawyżonych kosztach. Drugą przesłanką zaostrzenia kryteriów było wyczerpywanie się środków finansowych przeznaczonych na działanie. Na koniec 2010 roku w ramach Działania 8.1 przyznano około 850 mln zł, tj. 53% budżetu na lata 2007–2013.

Obecnie trudno ocenić realne skutki realizacji dofinansowanych wniosków. Wynika to z faktu, że wnioskodawcy na realizację projektu mają 2 lata i generalnie tylko projekty z pierwszych konkursów mają szansę być na odpowiednim etapie realizacji. Dodatkowo na opóźnienia w realizacji Działania 8.1 przełożyły się opóźnienia w płatnościach zaliczek. Świadczą o tym dane dla czterech działań z osi 8. Otóż do czerwca 2010 roku zakontraktowano 19,72% budżetu tej osi, a przedsiębiorcom przelano jedynie 1,42% budżetu¹².

Podsumowanie

Działanie 8.1 PO IG pomyślane było jako szansa dla młodych przedsiębiorców, którzy mają pomysł, jak zagospodarować przestrzeń wirtualną, a nie mają na to odpowiednich środków. Faktycznie około 1,5 tys. wnioskodawców realizuje swoje pomysły. Dla kilku tysięcy osób Działanie 8.1 pozwoliło dokładnie przemyśleć pomysł i zapoznać się z wymogami przy realizacji projektów unijnych. Niewątpliwie też funkcjonowanie tego działania przyczyniło się do zdynamizowania

¹² W. Sługocki: *Bilans i efekty wdrażania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka – półmetek perspektywy 2007–2013*, materiały z konferencji *Od regionów wiedzy i technologii do innowacyjnej gospodarki*, Wrocław 2010, s. 8.

polskiego e-biznesu i pojawienia się przedsięwzięć, które inaczej nie mogłyby ujrzeć światła dziennego.

Jednocześnie należy wskazać na niepowodzenia projektu. Na półmetku realizacji Innowacyjnej Gospodarki uruchomionych zostało około 1,5 tys. projektów. Gdyby ekstrapolować tę liczbę, to w roku 2013 dofinansowanie dotyczyłoby jedynie około 3 tys. projektów e-biznesowych. To dużo mniej, niż zakładano w celach (11,4 tys.). Po drugie, należy zastanowić się nad złagodzeniem aktualnie obowiązujących kryteriów merytorycznych. Wydaje się, że obecny poziom wymogów jest zbyt wysoki i obok projektów słabych, niezaskługujących na dofinansowanie, przepadają też projekty, które miałyby rynkowe szanse. Niewątpliwie odpowiednie ustawienie kryteriów oceny jest kluczowe dla skuteczności projektu. Należy sądzić, że tak jak to miało miejsce w poprzednich edycjach konkursów, tak i teraz będzie dyskusja ekspertów i decydentów, jak zmodyfikować zasady Działania 8.1 PO IG. Warto właśnie podkreślić elastyczność zasad tego działania. W sytuacji spowolnienia gospodarczego Polski z lat 2008–2009 wprowadzono uproszczenia w procedurze uzyskania zaliczek, jak również złagodzone wymogi dotyczące zabezpieczenia projektu. Było to niewątpliwie wyjście naprzeciw oczekiwaniom beneficjentów.

Literatura

1. ele: *Rekordowy wzrost reklamy internetowej w Polsce*, „Rzeczpospolita”, 22.12.2010, <http://www.rp.pl/arttykul/9211,582831-Rekordowy-wzrost-reklamy-internetowej.html>
2. Fura M.: *Największe portale stawiają na e-pocztę*, „Dziennik Gazeta Prawna”, 10.12.2010, http://biznes.gazetaprawna.pl/arttykuly/471038,najwieksze_portale_stawiaja_na_e_poczte.html
3. Grzechowiak M. *et al.*: *Internet 2k10*, International Data Group Poland SA, Warszawa 2010, http://files.idg.pl/news/Raport_Internet_2k10.zip
4. *Informacje o działaniach 8.1 i 8.2 PO IG*, Portal Informacyjny E-biznesu, http://www.web.gov.pl/informacje-podstawowe-o-dofinansowaniu/38_18_informacje_o-dzialaniach-8-1-i-8-2-po-ig.html
5. Lemańska M.: *Coraz więcej pieniędzy z cyfrowej rozrywki w Polsce*, „Rzeczpospolita”, 1.09.2010, <http://www.rp.pl/arttykul/9211,529708-Coraz-wiecej-pieniedzy-z-cyfrowej-rozrywki-w-Polsce.html>
6. *Lista wniosków zatwierdzonych do dofinansowania*, PARP 2010, <http://poig.parp.gov.pl/index/index/910>
7. Mazurkiewicz P.: *Polacy szturmują sklepy w sieci*, „Rzeczpospolita”, 2.02.2011, http://www.rp.pl/arttykul/72960,603756_Polacy-szturmuja-sklepy-w-sieci.html
8. Milcz A.: *Wprowadź się do Internetu*, „Rzeczpospolita”, 17.11.2010, http://www.rp.pl/arttykul/9211,565178_Wprowadz-sie-do-Internetu.html

9. Osiecki A.: *Będzie kontrola projektów internetowych*, „Rzeczpospolita”, 19.08.2010, http://www.rp.pl/artukul/9211,524567_Bedzie_kontrola_projektow_internetowych.html
10. *Pierwszy elektroniczny nabór wniosków na e-dotacje zakończył się sukcesem. W Generatorze Wniosków zarejestrowano 1852 wnioski*, PARP 2010, <http://www.parp.gov.pl/index/more/17867>
11. *Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013. Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia 2007–2013*, Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, Warszawa 2007.
12. Sługocki W.: *Bilans i efekty wdrażania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka – półmetek perspektywy 2007–2013*, materiały z konferencji *Od regionów wiedzy i technologii do innowacyjnej gospodarki*, Wrocław, 23.06.2010.
13. Solska J.: *Raport: Pokolenie Y na rynku pracy. Młodość idzie w kłapkach*, „Polityka”, 13.10.2009, <http://www.polityka.pl/rynek/gospodarka/270628,1,raport-pokolenie-y-na-ryнку-pracy.read>
14. Ścibior M.: *Polski e-commerce na zakręcie?*, „Internet Standard”, 7.10.2008, <http://www.internetstandard.pl/news/169511/Polski.e.commerce.na.zakrecie.html>
15. *Wsparcie dla przedsiębiorców. Wprowadzenie*, „Innowacyjni”, Biuletyn Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007, nr 1.

E-BUSINESS SUPPORT PROGRAMME - THE NATURE, PRINCIPLES AND IMPLEMENTATION OF MEASURE 8.1 OPERATIONAL PROGRAMME INNOVATIVE ECONOMY

Summary

The paper presents assumptions, goals and characteristics of measure 8.1 Operational Programme Innovative Economy 2007–2013 (OPIE). Measure 8.1 – introduction and development of e-services – is directly focused on financing the Internet undertakings. The purpose of this paper is to analyze and evaluate existing guidelines, principles and effects of the measure 8.1 OPIE. An interest, of the Polish entrepreneurs, in participation in actions focused on e-business financial support was also analyzed.

Translated by Miroslaw Moroz