

## **FINANSOWANIE INNOWACJI W E-COMMERCE Z FUNDUSZY UNIJNYCH – DOŚWIADCZENIA I PERSPEKTYWY**

### **Wstęp**

Pomoc strukturalna Unii Europejskiej może być rozpatrywana w perspektywie krótko lub długoterminowej. W krótkim okresie wpływ wspieranych przedsięwzięć wyraża się w realizacji nowych projektów, zwiększeniu zamówień na dobra i usługi, wzroście zatrudnienia. Z kolei oczekiwane długoterminowe efekty to rozwój infrastruktury, lepsza efektywność działania przedsiębiorstw oraz wzrost konkurencyjności regionów i w konsekwencji szybszy niż dotychczas wzrost gospodarczy. Celem niniejszego artykułu jest podjęcie próby refleksji nad wsparciem dla finansowania projektów dotyczących wdrażania w Polsce innowacji z zakresu szeroko pojętego e-handlu (e-commerce) w poprzedniej (2007-2013) i obecnej (2014-2020) perspektywie finansowej Unii Europejskiej. Badania eksploracyjne przeprowadzone zostały w zakresie tezy wskazującej na ograniczenie możliwości wsparcia dla e-commerce w nowej perspektywie finansowej. Analizując zasady i zakres działań finansowanych ze środków unijnych w nowym okresie programowania już obecnie można ocenić, że nie ma w niej wydzielonych specjalnych działań zorientowanych na realizację innowacyjnych przedsięwzięć z zakresu e-commerce, tak jak to miało miejsce w poprzedniej perspektywie. Przyczyną takiego stanu rzeczy jest zmiana priorytetów wsparcia, ale także wyniki ewaluacji tego typu działań w poprzedniej perspektywie.

### **Przesłanki systemów wsparcia**

Tradycyjne argumenty dotyczące interwencji poprzez dotowanie przedsiębiorstw mają teoretyczne uzasadnienie w założeniach dotyczących niedoskonałości rynku. Mechanizm rynkowy nie jest w tym kontekście wystarczający do zapewnienia wystarczającej stopy zwrotu niezbędnej są do wypracowania i wdrożenia innowacji, gdyż część potencjalnych zysków z nich może być, poprzez imitację i naśladownictwo, przechwycona przez konkurencję, a innowacje i związane z nimi często kosztowne badania są ryzykowne i nie zawsze kończą się sukcesem. Tak więc bez interwencji państwa nie dokonane zostaną optymalne, z punktu

widzenia społecznego, decyzje związane z wydatkami na innowacje. Dotyczy to szczególnie obszaru badań i rozwoju, gdzie zazwyczaj ponoszone są znaczące nakłady przy niepewności ich końcowego rezultatu (Mazzucato, 2014). Uzasadnia to dokonanie przez państwo interwencji, polegającej na alokacji środków publicznych na tego typu działalność, gdyż jej efekty uboczne (ang. *spill-overs*) dla społeczeństwa mogą przewyższać te, które wynikają wyłącznie z prywatnej stopy zwrotu dla przedsiębiorcy. Państwo powinno więc budować system zachęt do ryzykownych innowacyjnych przedsięwzięć, ale nie oznacza to konieczności wspierania wszystkich przedsięwzięć realizowanych przez przedsiębiorców prywatnych (Bondonio i Greenbaum, 2014). Każda interwencja zaburza bowiem zastaną równowagę na rynku i jej niewłaściwe przeprowadzenie może dawać przewagę przedsiębiorstwom, którzy wcale nie prowadzą najlepszych projektów, lecz są lepiej poinformowanym albo w bardziej przekonujący sposób werbalnie „wpisują” się w formalne wymogi. Stąd we wspieraniu przedsięwzięć bazujących na innowacji przyjmuje się teoretyczne założenie, że społeczne zyski z realizacji takiego projektu wystąpią jako istotny dodatek do prywatnych zysków przedsiębiorcy (Guisado-González, Guisado-Tato i Vila-Alonso, 2013). Takie ujęcie wsparcia poprzez dotacje dotyczyć powinno także przedsięwzięć prowadzonych w dziedzinie e-handlu czy szerzej pojętej e-gospodarki.

### **Perspektywa finansowa 2007-2014**

Przesłanką do interwencji w branży związanej z handlem elektronicznym w ramach perspektywy finansowej 2007-2014 było słabe nasycenie firm nowoczesnymi technologiami i dystans dzielący Polskę od średniej unijnej w zakresie tworzenia infrastruktury społeczeństwa informacyjnego (dostęp do Internetu, rozpowszechnienie e-usług) (Gwiazda, 2007). Działania dotyczące e-commerce były adresowane zarówno przez programy na poziomie ogólnokrajowym, jak i regionalnym, a programem który dysponował najbardziej znaczącymi środkami na szeroko pojętą informatyzację, w tym także na innowacyjne przedsięwzięcia e-commerce był Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka (PO IG). W założeniu prowadzić on miał do powstania nowych lub znacząco ulepszonych produktów oraz budowy infrastruktury dla wsparcia tych inwestycji. W ramach osi 8 programu wspierane były projekty o charakterze innowacyjnym, związane z elektroniczną gospodarką opartą na wiedzy. Poszczególne elementy programu miały służyć stworzeniu i udostępnieniu usług poprzez Internet (Działanie 8.1), prowadzić do integracji systemów informatycznych przedsiębiorstw (Działanie 8.2), a także zbudować popyt na e-usługi poprzez zwiększenie dostępności Internetu

(Działanie 8.4) oraz wspierać przedsięwzięcia mające przeciwdziałać szeroko pojętemu wykluczeniu cyfrowemu (Działanie 8.3). Ósma oś stanowiła kwotowo około 15% całości wydatków PO IG (9,7 mld euro) i była to druga w kolejności część programu pod względem wartości (Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2016). Ze wspomnianych powyżej działań dwa uwzględniały bezpośrednie wsparcie dla przedsięwzięć e-commerce. Pierwsze z nich dotyczyło szeroko rozumianej działalności *B2C* (Działanie 8.1 PO IG), drugie koncentrowało się na wsparciu budowy systemów *B2B* (Działanie 8.2 PO IG).

W trakcie realizacji Działania 8.1 PO IG w latach 2008-2014 odbyło się 13 naborów projektów, na które złożono łącznie 15240 wniosków o dotację. Z tej grupy wybrano 2730 projektów na łączną kwotę prawie 1,5 mld zł (Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2016). Biorąc pod uwagę ilość złożonych wniosków był to jeden z największych programów poprzedniej perspektywy finansowej, a jednocześnie jeden z najbardziej selektywnych, bo jedynie 17,9% złożonych projektów otrzymało dotację. Uwzględniając jedynie ilość składanych wniosków i zainteresowanie programem można by ocenić, że zakończył się on sukcesem. Dane zawarte w raporcie z badania Głównego Urzędu Statystycznego (2015), oparte o grupę 99 beneficjentów wskazują jednak, że najważniejszymi cechami różniącymi beneficjentów programu od adekwatnej grupy kontrolnej podobnych przedsiębiorstw (tzw. grupa kontrafaktyczna) były nieco wyższy wskaźnik przeżywalności firm – beneficjentów w miarę upływu czasu, wyższe o 0,4 osoby zatrudnienie, natomiast brak było istotnej różnicy w poziomie przychodów. A zatem środki z dotacji dawały jedynie możliwość nieco dłuższego i bardziej rozwiniętego zaistnienia na rynku, ale pomysły premiiowane dotacją nie były jakościowo lepsze niż e-usługi oferowane przez konkurencję, która nie otrzymała dotacji. Dotacje nie budowały zatem przełomowych innowacji w branży e-commerce. Z kolei badanie dotyczące rynkowej wyceny wycenę poszczególnych witryn stworzonych w ramach programu również nie potwierdza znaczących pozytywnych efektów programu (Konopielko, 2015). Z 2730 realizowanych projektów tylko 734 było w roku 2015 indeksowanych przez serwis Alexa.com, który udostępnia dane o popularności stron internetowych po przekroczeniu przez nie minimalnego progu oglądalności. Z kolei wycena tych serwisów waha się od 2,3% (SitePrice.org) do 12,8% (WorthOfWeb.com) wartości wydatkowanych środków publicznych. Nawet biorąc pod uwagę liczne ograniczenia tego typu wyceny stosunek ten nie wskazuje na sukces komercyjny tych przedsięwzięć, z kolei mały odsetek odwiedzających strony wskazuje, iż nie miały one również znaczącego rezonansu społecznego.

Drugie wspomniane działanie, 8.2 PO IG, zamknęło się 14 naborami projektów w ramach których podpisanych zostało 4413 umów. Program był skierowany na budowę systemów B2B i integrację elektroniczną beneficjentów z współpracującymi firmami. Efekty programu są trudniejsze do oceny, z uwagi na to iż dotyczyły wdrażania systemów B2B w ramach już działających firm, co ogranicza możliwości wglądu w sposób ich funkcjonowania czy nawet zagregowane dane dotyczące ich wyników. Nawet w odniesieniu do wspomnianego największego przyznanego grantu (przeszło 100 mln zł) trudno jest odnaleźć jakiegokolwiek wzmianki o jego wdrożeniu i efektach, czego należało by oczekiwać przy takim rozmiarze inwestycji. Wspomniane wcześniej badanie Głównego Urzędu Statystycznego (2015) wskazuje, iż w grupie beneficjentów 8.2 PO IG różnice względem grupy kontrolnej są widoczne jedynie co do większej wartości środków trwałych, gdyż przekazane środki dotyczyły w głównej mierze wartości niematerialnych i prawnych oraz większego odsetka firm prowadzących działalność eksportową. W innych aspektach, w tym w szczególności w obszarze konkurencyjności (obroty i zyski), zatrudnienia czy prowadzenia działalności innowacyjnej różnice nie miały charakteru istotnych statystycznie. Tak więc i w tym działaniu, trudno jest znaleźć znaczące efekty wydatkowanych funduszy, szczególnie biorąc pod uwagę zaangażowaną kwotę i ilość projektów. Brak pozytywnych doświadczeń w takim typie wsparcia niewątpliwie stał się jednym z czynników ograniczających dedykowane wsparcie dla tego typu projektów w kolejnej perspektywie finansowej (Instytut Badań Strukturalnych, 2013).

Środki na finansowanie e-handlu były także dostępne w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych (RPO). Adekwatne finansowanie na przedsięwzięcia podnoszące konkurencyjność małych i średnich przedsiębiorstw, poprzez szeroko definiowane inwestycje zawierające element innowacji uwzględniało, jeżeli nie wręcz preferowało szeroko pojęty e-biznes. RPO województw łódzkiego, mazowieckiego i warmińsko-mazurskiego skierowały wsparcie dla przedsiębiorstw bezpośrednio wewnątrz osi priorytetowych dotyczących społeczeństwa informacyjnego. W ich ramach uruchamiano działania dedykowane bezpośrednio małym i średnim przedsiębiorstwom. Na przykład na Mazowszu było to Działanie 2.3: „Technologie komunikacyjne i informacyjne dla MŚP (małych i średnich przedsiębiorstw)” w ramach którego finansowano budowę różnego rodzaju platform sprzedażowych czy zakupy sprzętu i oprogramowania koniecznego do zwiększenia udziału przedsiębiorstwa w e-handlu. Z kolei w innych województwach programy dedykowane dla przedsiębiorstw i wspierające bezpośrednio ich ekspansje w e-commerce nie zostały specjalnie

wyróżnione, ale przedsiębiorcy mogli startować ze swoimi pomysłami w konkursach adresujących szeroko rozumiane wsparcie dla poprawy konkurencyjności MŚP lub rozwój społeczeństwa informacyjnego. Ciekawe rozwiązanie zastosowano na Wielkopolsce, gdzie działania dotyczące informatyzacji zostały włączone w priorytet dotyczący infrastruktury komunikacyjnej (w tym transportu itp.), w ramach której uwzględniono również Działanie 2.7: Infrastruktura społeczeństwa informacyjnego, Działanie 2.8: Zapewnienie dostępu do Internetu szerokopasmowego oraz Działanie 2.9: Informatyzacja sektora publicznego. Łączna alokacja na te trzy działania wyniosła ponad 480 mln zł, skupiając się przede wszystkim na większych projektach o charakterze infrastrukturalnym.

Generalnie celem adresowanym bezpośrednio przez RPO było stworzenie w warunków pozwalających na rozwój społeczeństwa informacyjnego przede wszystkim poprzez poszerzenie palety usług świadczonych drogą elektroniczną, a także szybki i bezpieczny dostęp do sieci internetowej. Nacisk kładziony był zatem na budowę i rozbudowę infrastruktury sieciowej oraz stworzenie dostępu do e-usług głównie o charakterze publicznym, czy to w jednostkach samorządu terytorialnego, administracji czy w służbie zdrowia. Realizowane projekty obejmowały także budowę, rozbudowę, modernizację i wyposażenie obiektów dydaktycznych oraz naukowo-dydaktycznych z uwzględnieniem dostępu do Internetu i sieci teleinformatycznych w tych jednostkach. Indywidualny sposób realizacji programów operacyjnych miał z pewnością podstawę w przeprowadzonej analizie uwarunkowań rozwoju danego regionu, jednak nie zmienia to faktu, że w niewielkim stopniu adresowano rozwój e-commerce jako istotnego motoru informatyzacji społeczeństwa. Skupienie się na budowie infrastruktury sieciowej prowadziło natomiast często do jej przewymiarowania i budowania na wyrost, podczas gdy przedsiębiorstwa opierające się o e-commerce mogą być skuteczną receptą na wykorzystanie specyfiki regionu i dotarcie z niszową produkcją bądź usługami do odbiorców globalnych. Trzeba też zauważyć, że w działaniach zorientowanych na przedsiębiorczość konieczne było wykazanie opłacalności projektu, podczas gdy część przedsięwzięć z zakresu handlu elektronicznego sama w sobie nie generuje szybkich efektów ekonomicznych, np. wymiana sprzętu na nowszy czy modyfikacja oprogramowania. Brak również jednoznacznej ewaluacji efektów tych działań na poziomie regionalnym, gdyż projekty e-commerce, jak wskazano powyżej, nie były zwykle wyłączoną kategorią w poszczególnych działaniach i w związku z tym trudno uchwycić ich specyfikę w analizach dotyczących wykonania poszczególnych programów. Być może przeprowadzenie tego typu badań ewaluacyjnych umożliwiło by znalezienie efektywnego modelu wsparcia projektów tej grupy,

co mogło by pozwolić na uruchomienie takich schematów pomocowych, które byłyby dostosowane do specyfiki e-handlu, a jednocześnie efektywne ekonomicznie i społecznie.

### **Innowacje w e-handlu w nowej perspektywie**

Nowa perspektywa finansowa UE 2014-2020 kładzie nacisk na wdrażanie innowacji, które stają się kluczowym warunkiem otrzymania wsparcia przez przedsiębiorców. Odzwierciedleniem tego jest uwzględnianie w programach krajowych priorytetów wynikających z Krajowych Inteligentnych Specjalizacji (KIS) oraz ich odpowiedników na poziomie regionalnym, czyli Regionalnych Inteligentnych Specjalizacji (RIS). Specjalizacje krajowe wynikają z przyjętego 8 kwietnia 2014 r. przez Radę Ministrów dokumentu *Program Rozwoju Przedsiębiorstw*, którego integralną część stanowiły wspomniane specjalizacje, będące jednak otwartym dokumentem, podlegającym kolejnym modyfikacjom. Wśród dwudziestu specjalizacji (Ministerstwo Gospodarki, 2015) projekty z zakresu e-commerce mogą przede wszystkim wpisywać się w zakres specjalizacji dotyczących innowacyjnych technologii i procesów przemysłowych w ujęciu horyzontalnym, tj. grupę specjalizacji nr 13-20, a w szczególności KIS nr 15 (Inteligentne sieci i technologie geoinformacyjne), nr 17 (Automatyzacja i robotyka procesów technologicznych) oraz 19 (Inteligentne technologie kreacyjne). Zestawienie szczegółowych obszarów KIS mających potencjał do ujęcia w ich ramach przedsięwzięć e-commerce zawiera tabela 1.

Tabela 1

*Krajowe Inteligentne Specjalizacje z potencjałem dla e-commerce*

<i>KIS</i>	<i>Obszar KIS</i>	<i>Podobszar</i>	<i>Nazwa</i>
15	I	5	Rozwiązania Internetu Rzeczy
15	II	3	Inteligentne fabryki (ang. <i>smart factories</i> ) oraz inteligentne przedsiębiorstwa
15	V	2	Inteligentne interfejsy człowiek-maszyna
17	III	2	Inteligentne systemy pomiaru i kontroli jakości, w tym procesów oraz produktów w systemach produkcyjnych.
19	III	4	Dystrybucja i zarządzanie treściami

Najważniejszym dokumentem, o który oparta jest perspektywa finansowa 2014-2020 jest Umowa Partnerstwa (Ministerstwo Rozwoju, 2015). W ramach tej umowy zidentyfikowano cel tematyczny 2 polegający na zwiększeniu dostępności, stopnia wykorzystania i jakości technologii informacyjno-komunikacyjnych. Na realizację tego celu nastawiony jest przede wszystkim Program Operacyjny Polska Cyfrowa (PO PC) ze środkami na poziomie 2,3 mld EUR, a zatem kwotą wyższą niż środki dostępne w ramach osi 8 PO IG w poprzedniej



perspektywie. PO PC zawiera szereg działań związanych pośrednio z rozbudową infrastruktury dla e-commerce, w szczególności flagowym Działaniem 1.1 dedykowanym bezpośrednio przedsiębiorcom w zakresie wsparcia dla firm będących operatorami światłowodowych sieci dostępu do Internetu na terenach o słabej dostępności do tych usług. Zorientowane ono zostało na wyeliminowanie terytorialnych różnic w możliwości dostępu do szerokopasmowego Internetu o wysokich przepustowościach. Pozostałe działania skupiają się natomiast na e-administracji i otwartym rządzie (Oś 2) oraz cyfrowych kompetencjach społeczeństwa (Oś 3). W kontekście e-commerce istotne może być szczególnie wsparcie nakierowane na rozwój kompetencji osób z grupy zagrożonej wykluczeniem cyfrowym oraz użytkowników chcących rozwijać posiadane kompetencje cyfrowe. Będą również prowadzone działania mające na celu wzmocnienie i wykorzystanie potencjału programistów, które mają promować korzyści, jakie technologie informacyjno-komunikacyjne mogą przynieść dla ich posiadacza oraz ogółu społeczeństwa. Łącznie na te działania przeznaczono 145 mln EUR, a w ramach np. Działania 3.3 na które przeznaczono 85 mln EUR przewidziano prowadzenie szkoleń ukierunkowanych na rozwój kompetencji cyfrowych, uwzględniając także umiejętności korzystania z narzędzi e-commerce.

Natomiast Regionalne Programy Operacyjne, mimo iż ich łączna wartość wzrosła prawie dwukrotnie w porównaniu z poprzednią perspektywą do poziomu ponad 31 mld EUR nie uwzględniają działań bezpośrednio adresowanych do sektora e-commerce, choć tego typu projekty nie są oczywiście wykluczone z programów adresowanych do przedsiębiorców i skupiających się na wdrażaniu innowacji. Duży nacisk kładziony jest na implementację efektów prac badawczo-rozwojowych (Kozak, 2014), co otwiera pole do doskonalenia i rozbudowywania posiadanych przez przedsiębiorstwa narzędzi e-commerce, choć z drugiej strony trzeba pamiętać że zgodnie z tzw. Podręcznikiem Frascati czynności rutynowe związane z oprogramowaniem, niepociągające za sobą postępu naukowego czy technicznego ani wyeliminowania niepewności o charakterze technicznym, nie powinny być zaliczane do B+R (OECD, 2002, s. 53). Do takich czynności należą np. tworzenie aplikacji biznesowych i systemów informatycznych na podstawie znanych metod i istniejących narzędzi informatycznych czy adaptacja istniejącego oprogramowania. Dotacje dla szeroko pojętego e-commerce mogą być również pozyskiwane z programów krajowych takich jak Program Operacyjny Inteligentny Rozwój (PO IR), który w ramach Działania 2.3.2. przyznaje bony na innowacje. Są to dotacje do kosztów zlecenia jednostce naukowej przez przedsiębiorstwo rozwiązania konkretnego problemu badawczego, takiego jak np. budowy nowych narzędzi

e-commerce czy optymalizacji istniejących rozwiązań w tym zakresie. Z kolei w ramach Podziałania 1.1.1 PO IR (tzw. szybka ścieżka) znaczącą grupę projektów badawczo-rozwojowych stanowią różnego rodzaju aplikacje wspierające bezpośrednio lub pośrednio e-commerce. Jednak w ramach zarówno nowej perspektywy finansowej brak generalnie działań dedykowanych e-commerce czy preferencyjnych rozwiązań dla tego typu przedsięwzięć. W niewielkim stopniu również tego typu rozwiązania premiowane są w ramach konkursów związanych z przedsiębiorczością, np. w ramach Działania 2.3.1 w ramach RPO województwa łódzkiego przedsiębiorcy aplikujący o środki na wdrażanie innowacji w MŚP mogą otrzymać jeden dodatkowy punkt w trakcie oceny za to, iż projekt będzie obejmować technologie przetwarzające, gromadzące i przesyłające informacje w formie elektronicznej wraz z komputerami i niezbędnym oprogramowaniem. Jednak biorąc pod uwagę, że maksymalna ilość punktów możliwa do uzyskania w ramach oceny wynosi 59, trudno uznać iż w tym przypadku jest to element w zasadniczy sposób wpływający na wynik końcowy i w konsekwencji na możliwość uzyskania dofinansowania.

## **Zakończenie**

Realizacja poprzedniej perspektywy finansowej nie doprowadziła do wypracowania efektywnego modelu wsparcia dedykowanego dla projektów związanych z rozwojem e-commerce. Potwierdzeniem tej tezy jest zaniechanie wyodrębniania tego rodzaju projektów spośród szeroko rozumianego wsparcia adresowanego dla przedsiębiorstw wdrażających innowacje. Przyczyniło się do tego również przesunięcie akcentów na wspieranie wdrażania prac badawczo-rozwojowych, a w zakresie informatycznym na budowanie infrastruktury społeczeństwa informacyjnego poprzez rozbudowę sieci szerokopasmowej i podnoszenie kompetencji w tym zakresie. Mimo to zarówno struktura Krajowych Inteligentnych Specjalizacji oraz niektóre programy krajowe umożliwiają aplikowanie o dotacje na przedsięwzięcia zorientowane na e-handel, choć trudno uznać, że są one w ich ramach w szczególności preferowane. Wartość dalszych badań jest zatem zarówno poszukiwanie możliwości wypracowania efektywnego modelu wsparcia dla e-commerce w ramach uruchomionych działań jak i szerzej ocena ich efektywności w już zakończonych projektach.

## **Bibliografia**



- Bondonio, D., Greenbaum, R. (2014). Revitalizing regional economies through enterprise support policies: an impact evaluation of multiple instruments. *European Urban & Regional Studies*, 21 (1), 79-103.
- Główny Urząd Statystyczny. (2015). *Raport końcowy. Ustalenie wartości wybranych wskaźników ekonomicznych dla beneficjentów Regionalnych Programów Operacyjnych, Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz dla dobranych grup kontrolnych*. Pobrano z: [http://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultstrona\\_opisowa/5807/1/1/raport\\_rpo\\_poig.pdf](http://stat.gov.pl/files/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultstrona_opisowa/5807/1/1/raport_rpo_poig.pdf)
- Guisado-González, M., Guisado-Tato, M., Vila-Alonso, M. (2013). Using public aid programs to finance innovation in multi-level governance systems. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 38E, 61-78.
- Gwiazda, M. (red.). (2007). *Programy pomocowe oraz dotacje UE dla przedsiębiorstw 2007-2013*. Warszawa: C.H. Beck.
- Instytut Badań Strukturalnych. (2013). *Ewaluacja zmian w systemie wyboru projektów w ramach wybranych działań PO IG 2007-2013*. Warszawa: IBS.
- Konopielko, Ł (2015). Regionalny wymiar innowacyjności w e-biznesie. W: E. Więcek-Janki (red.), *Zarządzanie, marketing, produkcja: jak to się robi w Wielkopolsce* (s. 37-45). Gniezno: Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa im. Hipolita Cegielskiego.
- Kozak, M. (2014). 10 lat polityki spójności w Polsce. *Studia Regionalne i Lokalne*, 4(58), 25-30.
- Mazzucato, M (2014). *The Entrepreneurial State. Debunking Public vs. Private Sector Myths*. Anathem Press: London.
- Ministerstwo Gospodarki. (2015). *Krajowe Inteligentne Specjalizacje, ver. 3*, Warszawa. Pobrano z: <https://www.mr.gov.pl/media/22489/opisy.pdf>
- Ministerstwo Rozwoju. (2015), *Programowanie perspektywy finansowej 2014-2020. Umowa Partnerstwa*. Pobrano z: [https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/14132/\\_Umowa\\_Partnerstwa\\_zmieniona\\_012016.pdf](https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/media/14132/_Umowa_Partnerstwa_zmieniona_012016.pdf)
- Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka. (2016). Pobrano z: [http://www.poig.2007-2013.gov.pl/Dokumenty/Lists/Dokumenty%20programowe/Attachments/116/Program\\_Innowacyjna\\_Gospodarka\\_0716.pdf](http://www.poig.2007-2013.gov.pl/Dokumenty/Lists/Dokumenty%20programowe/Attachments/116/Program_Innowacyjna_Gospodarka_0716.pdf)

## **Streszczenie**

Artykuł dotyczy finansowania ze środków europejskich projektów z zakresu e-handlu w Polsce. Porównane i przedyskutowane zostały w nim doświadczenia poprzedniej (2007-2013) perspektywy finansowej UE w kontekście nowej perspektywy na lata 2014-2020. Stwierdzono w niej brak specjalnych działań dedykowanych e-handlowi, czego główną przesłanką jest mała efektywność dotychczasowych działań oraz znaczne przeorientowanie politycznych priorytetów UE. Artykuł jest również próbą dyskusji przesłanek i wyników dotychczasowej interwencji w tej dziedzinie na poziomie krajowym i regionalnym.

**Słowa kluczowe:** e-handel, UE, dotacje, Polska

## **FINANCING INNOVATIONS IN E-COMMERCE BY EU FUNDS: LESSONS AND PERSPECTIVES**

### **Summary**

This paper deals with the EU grant financing for innovative e-commerce projects in Poland. Lessons from previous (2007-2013) financial EU perspective are derived and discussed, as a benchmark for similar grant schemes within new EU financial perspective (2014-2020). Hypothesis discussed refers to current general abandonment of e-commerce dedicated schemes, due to their previous low efficiency and significant change of general EU policy priorities. Moreover, theoretical background and performance of previously existing schemes in Poland both on country and regional level are discussed.

**Key words:** e-commerce, EU, grant schemes, Poland.

